جامعة النجاح الوطنية
كلية الدراسات العليا

المنافسة التجارية في الفقه الإسلامي وأثرها على السوق

إعداد
أمل أحمد محمود الحاج حسن

إشراف
د. جمال الكيلاني

قدمت هذه الأطروحة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الفقه والتشريع بكلية الدراسات العليا في جامعة النجاح الوطنية في نابلس، فلسطين.

2012م

المنافسة التجارية في الفقه الإسلامي وأثرها على السوق

إعداد

أمل أحمد محمود الحاج حسن

نوقشت هذه الرسالة بتاريخ 13 / 5 /2012م، وأجيزت.

أعضاء لجنة المناقشة	التوقيع
1. د. جمال الكيلاني / مشرفاً ورئيساً	....
2. د. خالد قرقور/ ممتحناً خارجياً	....
3. د. مروان القدومي / ممتحناً داخلياً	....

الإهداء

إلى حضرة سيدي وشفيعي وقدوتي، حبيب رب العالمين وقائد الغر الميامين...
المصطفى صلى الله عليه وسلم.

إلى روح والدي الغالي الذي قضى عمره يحفزني ويشجعني على طلب العلم...
رحمه الله تعالى.

إلى والدتي الحنونة سر نجاحي وتوفيقي... التي طالما غمرتني بدعائها الخالص النابع
من القلب، حفظها الله وأمد في عمرها.

إلى رفيق دربي وشريك حياتي... زوجي "أبي الوليد"، وأهله الكرام.

إلى فلذات كبدي وأنفاسي في هذه الحياة أولادي الأحباء... وليد ومحمد وريم وعبادة
وأحمد، الذين تحملوا وعانوا معي طوال مسيرتي التعليمية التي شهدوا عليها منذ
كانت في مرحلتها الثانوية، إلا أنهم سرعان ما أصبحوا داعمين ومشجعين،
حفظهم الله تعالى.

إلى إخواني وأختي وعائلاتهم الكرام.

إلى كل من يبحث عن المنافسة الشريفة المشروعة.

إليكم جميعاً أهدي هذا الجهد المتواضع

الشكر والتقدير

الحمد لله عز وجل الذي أعانني ووفقني في دراستي وفي إكمال رسالتي، فله الحمد كما ينبغي لجلال وجهه وعظيم سلطانه.

واعترافاً مني بالفضل لأهل الفضل، أتقدم بجزيل الشكر والعرفان والتقدير إلى فضيلة الدكتور جمال الكيلاني – حفظه الله تعالى- الذي تفضل وتكرم بقبول الإشراف على رسالتي، وما قدمه لي من مساعدة وعون وإرشاد، فجزاه الله عني خير الجزاء ووفقه لكل خير.

كما وأتقدم بجزيل الشكر و التقدير للأستاذين الفاضلين عضوي لجنة المناقشة: فضيلة الدكتور خالد قرقور ممتحنا خارجيا ،وفضيلة الدكتور مروان القدومي ممتحنا داخليا ؛ لتفضلهم وقبولهم مناقشة هذه الرسالة، وما أبدياه من ملاحظات سديدة على هذا العمل، فجزاهما الله عن أهل العلم خير الجزاء.

والشكر موصول إلى أخي العزيز " أبي بصير" وأختي الحبيبة " أم المجد" حفظهما الله ورعاهما لما قدماه من عون ومساعدة لإتمام هذا البحث.

كما لا أنسى أن أقدم كل الشكر والتقدير والحب لولديّ العزيزين"الوليد ومحمد" حفظهما الله تعالى لمساعدتهما لي في باعة هذا البحث.

فلك الشكر والتقدير لكم جميعا، وبارك الله تعالى فيكم، وجزاكم خير الجزاء.

الباحثة

الإقرار

أنا الموقعة أدناه، مقدمة الرسالة التي تحمل العنوان:

المنافسة التجارية في الفقه الإسلامي وأثرها على السوق

أقر بأن ما اشتملت عليه هذه الرسالة إنما هو نتاج جهدي الخاص، باستثناء ما تمت الإشارة إليه حيثما ورد، وأن هذه الرسالة كاملة، أو أي جزء منها لم يُقدم من قبل لنيل أي درجة أو لقب علمي أو بحثي لدى أي مؤسسة تعليمية أو بحثية أخرى.

Declaration

The work provided in this thesis, unless otherwise referenced, is the researcher's own work, and has not been submitted elsewhere for any other degree or qualification.

Student's Name: **اسم الطالبة:**

Signature: **التوقيع:**

Date: **التاريخ:**

فهرس المحتويات

المنافسة التجارية في الفقه الإسلامي وأثرها على السوق

إعداد

أمل أحمد محمود الحاج حسن

إشراف

الدكتور جمال الكيلاني

الملخّص

الحمد لله رب العالمين والصلاة و السلام على سيدنا محمد وعلى آله وصحبه أجمعين، وبعد:

فهذا البحث بعنوان: المنافسة التجارية في الفقه الإسلامي وأثرها على السوق، مقدم من الطالبة: أمل أحمد محمود الحاج حسن، بإشراف الدكتور جمال الكيلاني، وذلك استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في كلية الدراسات العليا في جامعة النجاح الوطنية، وقد جاء في أربعة فصول وخاتمة.

تناولت في الفصل الأول: مفهوم المنافسة التجارية المشروعة وأهدافها وأهميتها وصور من المنافسة المشروعة وأثرها على السوق، وذلك في أربعة مباحث شملت الحديث عن مفهوم المنافسة التجارية، وموقف الشريعة الإسلامية من التجارة والمنافسة فيها، وأهداف المنافسة التجارية وأهميتها وشروطها، وصور من المنافسة المشروعة وأثرها على السوق.

وفي الفصل الثاني: تحدثت عن المنافسة غير المشروعة وأثرها على السوق، وذلك في ثلاثة مباحث شملت: التعريف بمفهوم المنافسة غير المشروعة، وطرق الكسب غير المشروعة، وصور حديثة للمنافسة غير المشروعة.

وفي الفصل الثالث: تحدثت عن صور من البيوع المنهي عنها في الإسلام وأثرها على السوق، وذلك في ستة مباحث شملت: الاحتكار وأثره على السوق، وتلقي الركبان وأثره على السوق، وبيع الحاضر للبادي وأثره على السوق، وبيع النجش وأثره على السوق، والبيع على بيع أخيه وأثره على السوق، والسوم على سوم أخيه وأثره على السوق.

وفي الفصل الرابع: تحدثت عن حماية المنافسة التجارية المشروعة، وذلك في مبحثـــين شملت الحديث عن حماية المنافسة التجارية المشروعة قــديماً، وحمايــة المنافســـة التجاريـــة المشروعة حديثا.

ثم أنهيت البحث بخاتمة فيها أهم النتائج التي خلصت إليها في هذه الدراسة، بالإضـــافة إلى قائمة بأهم المراجع والمصادر التي اعتمدت عليها في البحث.

المقدمة

بسم الله الرحمن الرحيم والحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على أشـــرف الخلـــق والمرسلين، سيدنا محمد وعلى آله وصحبه أجمعين. وبعد،

يقول الله تعالى: (وَأَحَلَّ ٱللَّهُ ٱلۡبَيۡعَ وَحَرَّمَ ٱلرِّبَوٰاْۚ)[1]، ويقول أيضـــا: (يَـٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُواْ لَا تَأۡكُلُوٓاْ أَمۡوَٰلَكُم بَيۡنَكُم بِٱلۡبَٰطِلِ إِلَّآ أَن تَكُونَ تِجَٰرَةً عَن تَرَاضٖ مِّنكُمۡۚ)[2].

إن التجارة تعتبر عصب الحياة الاقتصادية في الماضي والحاضر، ولأهميتها ومكانتها ولدورها الذي أدى إلى ازدهار الحياة بكافة مجالاتها؛ أشتد الإقبال عليها، ونظرا للتطور السريع الذي حدث عليها؛ اشتد التنافس بين التجار، وتعددت وتنوعت أساليب التنـــافس المتبعـــة فـــي التجارة، فأشكل على الناس بعض الأمور المتعلقة بالمنافسة التجارية، كما جهل بعض التجـــار حكم هذه الأمور، فاتبعوا بعض الأساليب غير المشروعة ظانين أنها مشروعة؛ وذلـــك لكثـــرة استعمالها من غير علم بمشروعيتها.

والإسلام دين يُصلِح كل زمان ومكان، فإذا ما عدنا إلى تشريعاته العظيمة، وإلى هـــدي نبينا صلى الله عليه وسلم وجدنا الجواب الشافي لكل ما يجول في خاطرنا، فالإسلام يسعى إلـــى إسعاد البشرية جمعاء، لذا اهتم بالجانب الاقتصادي عموما والجانب التجاري خصوصا، ووضع لكل منهما الخطوط العريضة، والضوابط التي تكفل تحقيق تلك السعادة، فهي شـــريعة تتصـــف بالمرونة والواقعية والقدرة على استيعاب كل ما استجد وكل ما أُشكِل على الناس معرفة وجـــه الصواب فيه.

---

[1] سورة البقرة، آية (275)

[2] سورة النساء، آية(29).

وقد كان النبي– صلى الله عليه وسلم – يذهب إلى السوق بنفسه، ويراقب ما يجري فيه؛ موجهاً ومرشداً ومبيناً للتجار ما يجب عليهم أن يلتزموا به، وما يجب عليهم أن يجتنبوه، فقد روى أبو هريرة– رضي الله عنه – " أن رسول الله – صلى الله عليه وسلم – مر على صبرة[1] من طعام، فأدخل يده، فنالت أصابعه بللاً، فقال: يا صاحب الطعام، ما هذا؟ قال: أصابته السماء يا رسول الله، قال: أفلا جعلته فوق الطعام حتى يراه الناس؟ ثم قال: من غشنا فليس منا "[2].

وقد حرص أمير المؤمنين عمر – رضي الله عنه – على تعيين المحتسبين الذين يهتمون بالمكاييل والموازيين، كما يهتمون بمحاربة الغش والتدليس والاحتكار ونحو ذلك؛ وذلك من منطلق الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، وقد كان يعزر[3] من ينقص المكيال والميزان، أو يحتال على الناس أو يحتكر.[4]

ونظراً لطبيعة الإنسان الحريصة على الدنيا وعلى جمع المال، تصديقاً لقوله تعالى: (وَتُحِبُّونَ ٱلْمَالَ حُبًّا جَمًّا)[5]، فقد تطغى هذه النفس وتطمع، وتتنافس بأساليب غير شرعية من أجل الحصول على هذا المال.

ونحن اليوم في زمنٍ تطورت فيه الحياة وتشابكت مصالح الناس، وتنوعت احتياجاتهم وكثرت اهتماماتهم، بل وفسدت طباع بعضهم، فابتكر المبطلون العديد من الأساليب والحيل الخبيثة للكسب غير المشروع، مما دمر حياة الناس، وأدخل الحرام في شتى مجالات الحياة.

---

[1] " قوله: صبرة من طعام، هي بضم الصاد وإسكان الباء. قال الأزهري: الصبرة: الكومة المجموعة من الطعام، سميت صبرة؛ لإفراغ بعضها على بعض. ومنه قيل للسحاب فوق السحاب: صبير. انظر: النووي، أبو زكريا يحيى بن شرف بن مري، **صحيح مسلم بشرح النووي**، دار إحياء التراث العربي – بيروت (ط1392/2هـ) (109/2).

[2] الترمذي، أبو عيسى محمد بن عيسى السلمي، **سنن الترمذي**، تحقيق: أحمد محمد شاكر وآخرون، دار إحياء التراث العربي، بيروت، كتاب: البيوع، باب: ما جاء في كراهية الغش في البيوع، (606/3) (1315)، وقال الترمذي: حديث أبي هريرة حديث حسن صحيح، والعمل على هذا عند أهل العلم، كرهوا الغش وقالوا: الغش حرام،انظر: الترمذي، سنن الترمذي،(606/3).

[3] التعزير ضرب دون الحد؛ وذلك لمنع الجاني وزجره عن فعله ومنعه من الوقوع في المعصية. انظر: ابن منظور، محمد بن مكرم، **لسان العرب**، دار صادر – بيروت، (ط1/ دون سنة نشر) (561/4).

[4] عبد السميع، ابراهيم حسني، **استثمار الأموال في الشريعة الإسلامية**، ص 15.

[5] سورة الفجر، آية(20).

أهمية البحث وأسباب اختياره

يكتسب هذا البحث أهمية خاصة للاعتبارات الآتية:

1- كونه يتعلق بشريحة واسعة من الناس وهم المتعاملون في الأسواق.

2- التطور الكبير الذي حدث ويحدث على أساليب المنافسة المتبعة في الأسواق.

3- الانفتاح الكبير على العالم وما يحدث فيه من تنافس في مجال التجارة، واستخدام التقنيات الحديثة كالإنترنت ووسائل الدعاية والإعلان الحديثة.

4- هناك الكثير من أعمال المنافسة التجارية في السوق تحدث على غير هدى وعلم بفقه المعاملات التجارية.

5- غياب الوازع الديني والاهتمام الشديد بالمال وتكديسه دون النظر إلى الطريقة المتبعة للحصول عليه.

6- التأكيد على أن الشريعة الإسلامية صالحة لكل زمان ومكان، وهي قادرة على تنظيم المعاملات التجارية مهما تطورت وتنوعت أساليبها.

مشكلة البحث

تحاول هذه الدراسة الإجابة عن الأسئلة الآتية، وتوضيح ما يأتي من أمور:

1- ما هي المنافسة التجارية المشروعة وما أهدافها وما أهميتها؟

2- ما موقف الشريعة الإسلامية من التجارة والمنافسة فيها؟

3- ما هي ضوابط المنافسة التجارية المشروعة وما هي آدابها في الإسلام؟

4- توضيح لبعض صور المنافسة المشروعة وأثرها على السوق.

5- توضيح لبعض طرق الكسب غير المشروعة.

6- توضيح لبعض الصور الحديثة للمنافسة غير المشروعة.

7- توضيح لصور من البيوع المنهي عنها في الإسلام وأثرها على السوق.

8- ما هي الأساليب التي كانت متبعة لحماية المنافسة التجارية المشروعة قديماً؟

9- ما هي الأساليب المتبعة لحماية المنافسة التجارية المشروعة حديثا؟

الدراسات السابقة

عند اطلاعي على الدراسات السابقة عثرت على مجموعة من الكتب التي تكلمت بجزيئات الموضوع، ولكنني لم أجد كتاباً استوفى المنافسة التجارية، وركز على آثارها على السوق، فكانت هذه الدراسة التي عمدت فيها إلى التوسع فيما اختصره الغير، واختصار ما توسع به الغير مع التركيز على الآثار، فعند حديثي عن الربا مثلاً كان هناك العديد من الكتب التي تكلمت عنه لذا لم أتوسع فيه كثيراً، وإنما كان التركيز على آثاره على السوق، وهكذا... ومن هذه الكتب:

1- حماية المستهلك من منظور إسلامي، لعبد الحق حميش، تناول الكتاب مجموعة من الموضوعات منها: أسباب تفشي ظاهرة الغش التجاري، وطرق محاربة الغش التجاري، والاحتكار وغيره.

2- الخطوط الكبرى في الاقتصاد الإسلامي، لرضا صاحب أبو حمد.

3- الربا والقرض في الفقه الإسلامي، لأبي سريع محمد عبد الهادي.

4- مجموعة من كتب القانون التجاري التي تحدثت في مبادئ القانون دون التطرق إلى قانون دولة بعينها، ومنها: مبادئ القانون التجاري، لزهير عباس كريم.

5- هناك كتب تحمل عنوان المنافسة ، إلا أن هذه الكتب ذات طابع قانوني واقتصادي، مثل: المنافسة والترويج الاقتصادي، لفريد النجار، والحق في المنافسة المشروعة، لأحمد محمد محرز.

منهج البحث

اتبعت في بحثي المنهجين: التحليلي والوصفي من خلال عرض أقوال الفقهاء والأئمة الأربعة، وذكر أدلتهم مع ترجيح ما يتبين لي صوابه.

أما أسلوب البحث فكان كالآتي:

1- الخطوط: إتباع تنسيق معين في جميع الفصول، آخذة بعين الاعتبار المواصفات المشترطة في الرسائل الجامعية.

2- الرجوع إلى المصادر الأصلية للموضوع، وجمع مادة البحث من الكتب المختلفة، وعزو الآراء إلى أصحابها.

3- عزو الآيات القرآنية الكريمة إلى مواقعها في كتاب الله تعالى، بذكر اسم السورة ورقم الآية.

4- تخريج الأحاديث النبوية الشريفة من كتب السنة المعتمدة ، ثم الحكم على الحديث الشريف إن لم يكن موجوداً في الصحيحين، و ذكر المرجع الذي حكم على الحديث.

5- ترجمة لبعض الأعلام الذين ورد ذكرهم في متن الرسالة.

6- توثيق النقول توثيقاً علمياً؛ بحيث يتم التوثيق كاملاً عند أول ذكر للمرجع، ثم بعد ذلك الاكتفاء بذكر شهرة المؤلف واسم الكتاب والجزء ورقم الصفحة.

7- تسجيل أهم النتائج التي توصلت إليها في هذه الدراسة.

8- ترتيب المراجع حسب اسم الشهرة للمؤلف، مع مراعاة الترتيب الهجائي للأسماء.

9- إفراد مسرد خاص بالآيات والأحاديث.

خطة البحث

تضمن هذا البحث بعد المقدمة أربعة فصول، قسم كل فصل منها إلى مباحث، ويتفرع عن هذه المباحث مطالب فرعية، وخاتمة على النحو المبين في الفهرس سابقاً.

الفصل الأول

مفهوم المنافسة التجارية المشروعة وأهدافها وأهميتها وصور من المنافسة المشروعة وأثرها على السوق

المبحث الأول: مفهوم المنافسة التجارية

المبحث الثاني: موقف الشريعة الإسلامية من التجارة والمنافسة فيها

المبحث الثالث: أهداف المنافسة التجارية وأهميتها وشروطها

المبحث الرابع: صور من المنافسة المشروعة وأثرها على السوق

المبحث الأول

مفهوم المنافسة التجارية

في هذا المبحث سأعرف بمفردات هذا البحث (التجارة، المنافسة، السوق) وذلـــك مـــن خلال مطالب ثلاث:

المطلب الأول: تعريف التجارة

يشتمل هذا المطلب على تعريف التجارة لغةً واصطلاحاً وقانوناً:

أولاً: تعريف التجارة لغةً

"هي مصدر دال على المهنة، وفعله تجر يتجر تجراً وتجارة "[1]، " وتجر وتجارة: مارس البيع والشراء، والتجارة ما يتجر فيه، وتقليب المال لغرض الربح، والمتجـــر مكـــان التجـــارة، ويقال: بلد متجر أي تكثر فيه التجارة "[2]، " والتاجر: هو الذي يبيع ويشتري "[3], " وأرض متجِرة – بكسر الجيم– أي يتجر إليها وفيها "[4]، " والتجارة عبارة عن شراء شيء ليباع بـــالربح" [5]، " والتجارة تقليب المال وتصريفه لطلب النماء، والمَتْجَر بفتح الميم وإسكان التاء وفتح الجيم يراد به: المخزن"[6].

ثانياً: تعريف التجارة اصطلاحاً

المعنى الاصطلاحي للتجارة عند الفقهاء قريب جداً من المعنى اللغوي له، ويظهر ذلـــك فيما يلي:

---

[1] الزبيدي، محمد مرتضى الحسيني، **تاج العروس من جواهر القاموس**، دار الهداية، مادة تجر، (278/10).

[2] مصطفى، **المعجم الوسيط**، (1\82).

[3] الفيروز آبادي، **القاموس المحيط**، (1\454).

[4] الزبيدي، **تاج العروس من جواهر القاموس**، (10\279).

[5] الجرجاني، علي بن محمد بن علي، **التعريفات**، ط1، تحقيق: إبراهيم الأبياري، دار الكتـــاب العربـــي، بيـــروت، ط1، 1405ه (1\73).

[6] النووي، أبو زكريا محيي الدين بن شرف، (ت: 676هـ)، **تهذيب الأسماء**، تحقيق: مصـــطفى عبـــد القـــادر عطـــا، ص373.

عند الحنفية هي: " كسب المال بالمال بعقد شراء أو إجارة "[1].

عند المالكية هي: " التصرف بالبيع والشراء لتحصيل الربح "[2].

عند الشافعية هي: " تقليب المال بالمعاوضة لغرض الربح "[3].

عند الحنابلة هي: " التقليب والاستبدال بثمن وعروض"[4].

والتجارة: هي عملية البيع والشراء، وهي مبادلة مال بمال، سواء كانت تجارة داخلية وهي المبادلات التي تجري في البلاد وتخضع لسلطة الدولة، أم تجارة خارجية وهي المبادلات التي تجري في البلاد غير الخاضعة لسلطات الدولة.

والتجارة أعم من البيع إذ البيع نوع منها فالتجارة يراد بها كل عمل يقصد به الربح بصفة عامة[5].

ثالثاً: تعريف التجارة قانوناً

"التجارة هي عملية تداول أموال وتوسيط خدمات بقصد الربح"[6]، وهي مبادلة السلع بهدف الربح، ويتجلى ذلك في شراء سلعة معينة بثمن معين بهدف بيعها بسعر أعلى، فيكون الفرق الناجم عن سعر الشراء وسعر البيع هو الربح الذي تحقق من عملية مبادلة السلعة نفسها[7].

---

[1] ابن عابدين، **حاشية ابن عابدين (رد المحتار على الدر المختار شرح تنوير الأبصار)**، دار الفكر، بيروت، 1421هـ، (272/2). انظر: الكاساني، **بدائع الصنائع**،(57/6).

[2] الدردير، أبو البركات أحمد بن محمد العدوي،(ت:1201هـ)، **الشرح الصغير** (114/2).

[3] عميرة، شهاب الديب أحمد الرلسي، **حاشية عميرة**، تحقيق: مكتب البحوث والدراسات، دار الفكر، بيروت، 1419هـ، ط1، (32/2). انظر: زكريا الأنصاري، **أسنى المطالب في شرح روض الطالب**، تحقيق: محمد محمد تامر، دار الكتب العلمية، بيروت، 1422هـ، (381/1). الشرواني، عبد الحميد المكي،(ت: 1301هـ) **حواشي الشرواني**،(292/3).

[4] الرحيباني، مصطفى السيوطي، **مطالب أولي النهى في شرح غاية المنتهى**، المكتب الإسلامي، دمشق، 1961م، (55/2).

[5] الجنيدل، حمد عبد الرحمن، **نظرية التملك في الإسلام**، ط 2، مؤسسة الرسالة، 1403هـ، ص 29.

[6] بو ذياب، سلمان، **القانون التجاري**، ط1، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر،1995م، ص14.

[7] عطوي، فوزي، **القانون التجاري**، دار العلوم العربية، ط1، 1986م، ص15.

أما في العرف الاقتصادي فتعني: " عملية تبادل السلع والخدمات، وذلك بالحصول عليها من الأشخاص الراغبين في بيعها، لتوريدها وإيصالها إلى الأشخاص الراغبين في اقتنائها بالشراء "[1]،"وهي تنصب على عملية الوساطة بين المنتج من جهة والمستهلك من جهة أخرى، أي الوساطة في تداول السلعة[2] ".

إن المتأمل لتعريف التجارة في اللغة والاصطلاح والقانون يجده متقارباً بشكل كبير، يجمع بينهما أن التجارة ممارسة للبيع والشراء بهدف كسب المال.

المطلب الثاني: تعريف المنافسة

- تعريف المنافسة لغة:

المعنى اللغوي للمنافسة يدور حول معانٍ متقاربة منها:

* " المنافسة من التنافس: وهي الرغبة في الشيء والانفراد به، ونافست في الشيء منافسةً ونفاساً إذا رغبت فيه "[3].

* " وتأتي المنافسة بمعنى الحرص على الغلبة والانفراد بالمحروص عليه، والتنافس فيه، ونفس ينفس فهو منافس إذا نزع في الشيء، أو أراده وحسد من صار إليه "[4].

وفي المعجم الوسيط: " المنافسة هي التنافس "[5].

---

[1] أبو العز، علي محمد أحمد، **التجارة الإلكترونية وأحكامها في الفقه الإسلامي**، ط1، دار النفائس، الأردن، 2008م، ص 36، نقلاً عن طرق التجارة وإدارة الأعمال، ص 1،.

[2] عطوي، **القانون التجاري**، ص 15.

[1] الجزري، أبو السعادات المبارك بن محمد، **النهاية في غريب الحديث والأثر**، المكتبة العلمية، بيروت، 1979م، (94\5).

[4] الحميدي، محمد بن أبي نصر بن فتوح الأسدي، **تفسير غريب ما جاء في الصحيحين**، ط1، مكتبة السنة، القاهرة، 1415هـ، (47\1).

[5] مصطفى، إبراهيم، وآخرون، **المعجم الوسيط**، تحقيق: مجمع اللغة العربية، دار الدعوة، (940\2).

* " والمنافسة هي نزعة فطرية تدعو إلى بذل الجهد في سبيل التفوق، والتنافس في الشيء: هو المغالاة في طلبه والتزاحم عليه "[1].

* " والنفيس: المال الكثير، ونفس عليه الشيء لم يره أهلاً له "[2].

* " وأصل التنافس: التشاجر على الشيء والتنازع فيه بأن يحب كل واحد أن يتفرد به دون صاحبه "[3].

- تعريف المنافسة اصطلاحاً

لم أجد في كتب الفقه القديمة تعريفاً للمنافسة، وإنما اقتصروا في ذلك على تعريف التجارة فقط، فكان لا بد من الرجوع إلى الكتب الحديثة وكتب الاقتصاد لتعريفها:

أولاً: تعريف المنافسة المشروعة

يقصد بها أنها منافسة شريفة مفيدة ذات جدوى، لا بد منها من أجل العمل الدؤوب، وعدم التراخي والكسل، تقوم على جملة من الأخلاق والمبادئ الشرعية، ذات مصلحة لأطراف كثيرة بما فيها العاملين والزبائن والمجتمع[4].

وللإمام الغزالي[5] – رحمه الله – رأي يوضح فيه طبيعة العلاقة القائمة بين المتنافسين، وسبب نشوئها، فيقول:" أما المنافسة فسببها حب ما في المنافسة، فإن كان ذلك سبباً دينياً فسببه

---

[1] الشنقيطي، محمد الأمين بن الجكني، **أضواء البيان**، تحقيق: مكتب البحوث والدراسات، دار الفكر، بيروت، 1415هـ، (185\4).

[2] الفيروز آبادي، محمد بن يعقوب، **القاموس المحيط**، مؤسسة الرسالة، بيروت، (1\745).

[3] الشوكاني، محمد بن علي بن محمد، **فتح القدير الجامع بين فني الرواية والدراية من علم التفسير**، دار الفكر، بيروت، (403/5).

[4] نجم، عبود نجم، **أخلاقيات الإدارة ومسؤولية الأعمال**، ط1، 2006م، ص 148.

[5] هو: محمد بن محمد بن محمد الإمام حجة الإسلام زين الدين أبو حامد الطوسي الغزالي، ولد بطوس سنة 450هـ، صنف الكثير من المصنفات، منها: البسيط، الوجيز و الخلاصة، الفتاوي، تحصين المآخذ، المستطفى، تهافت الفلاسفة، والإحياء، و غير ذلك، توفي في جمادى الآخرة سنة 505هـ. انظر، ابن قاضي شهبة، أبا بكر بن أحمد بن محمد بن عمر، ت: 851هـ، **طبقات الشافعية**، تحقيق، الحافظ عبد العليم خان، دار الكتب العلمية، بيروت، ط1، 1407هـ، (293/1-294).

حب الله تعالى، وحب طاعته، وإن كان دنيوياً فسببه حب مباحات الدنيا والتنعم فيها"[1].

ثانياً: تعريف المنافسة المشروعة في كتب الاقتصاد

تعرّف كتب الاقتصاد المنافسة المشروعة على أنها: المزاحمة بين عددٍ من الأشخاص، أو بين عدة قوى، تتابع نفس الهدف، وتعني أيضاً العلاقة بين المنتجين والتجار في صـــراعهم على العملاء[2]، وتعني أيضاً التزاحم بين التجار في اجتذاب العملاء وترويج اكبر قدر ممكن من المنتجات والخدمات ضماناً لازدهار التجارة ازدهاراً يؤدي إلى بقاء الأصلح.[3]

ثالثاً: تعريف المنافسة الكاملة

يقصد بها: المنافسة التي تسود السوق إذا ما وجد مشترون عديدون وبائعون عديـــدون، مع غياب عوائق الدخول، وتوافر معلومات تامة عن الحاضر والمستقبل[4]. ولابد من توافر أربعة شروط لتحقيق هذه المنافسة، وهي: الكثرة، والعلم, والتجانس، والحرية، لتحقيق المنافسة الكاملة بين قوى العرض والطلب[5]، وفي هذه المنافسة لا يستطيع البائع التأثير على أسعار السلع، ولـــو بشكل بسيط لوجود عدد كبير من البائعين، وتوفر سلع متماثلة ومعلومات عن مواصفات وأسعار السلع المعروضة[6].

وبعد عرض هذه التعريفات يظهر لي أن التعريف الأول – تعريف المنافسة المشروعة– هو الأشمل والأدق وذلك لتضمنه عدة ضوابط للمنافسة منها: الحث على العمل، واشتماله علـــى

---

[1] الغزالي، أبو حامد محمد بن محمد بن محمد الطوسي، **إحياء علوم الدين**، دار المعرفة، بيروت، (206/3).

[2] محرز، أحمد محمد، **الحق في المنافسة المشروعة في مجالات النشاط الاقتصادي**، 1994م، ص7.

[3] الصفار، زينة غانم عبد الجبار، **المنافسة غير المشروعة للملكية الصناعية**، ط1, دار الحامد, الأردن, 2002م، ص16.

[4] شبرا، محمد عمر، **الإسلام والتحدي الاقتصادي**، ترجمة: محمد زهير السنهوري، المعهد العالمي للفكـــر الإســـلامي، 1996م، ص72.

[5] محمد، علي جمعة، **موسوعة الاقتصاد الإسلامي في المصارف و النقود و الأسواق المالية**، تحريـــر: رفعـــت الســـيد عوضي، دار السلام و المعهد العلمي للفكر الإسلامي، 1981م (1\39).

[6] حميش، عبد الحق، **حماية المستهلك من منظور إسلامي**، 2004م، ص 213.

الأخلاق والمبادئ الشرعية، بوصفها ذات مصلحة- أي لا تهدف إلى الإضرار بالآخرين- وأن المصلحة تتحقق ليس لطرفٍ واحد بل لأطرافٍ عدة منها: العاملين، والزبائن، والمجتمع.

المطلب الثالث: تعريف السوق لغة واصطلاحاً

أولاً: تعريف السوق لغة: "السوق في اللغة: " المكان الذي تجلب إليه التجارة وتساق المبيعات"[1]، "والجمع أسواق، وسوق الشيء من موضعه بمعنى جلبه "[2]، قال تعالى: (وَمَآ أَرۡسَلۡنَا قَبۡلَكَ مِنَ ٱلۡمُرۡسَلِينَ إِلَّآ إِنَّهُمۡ لَيَأۡكُلُونَ ٱلطَّعَامَ وَيَمۡشُونَ فِي ٱلۡأَسۡوَاقِ)[3]، أي قد كانوا بشراً من البشر، يأكلون ويشربون مثل الناس ويدخلون الأسواق[4].

"والسوق: الحث على السير، يقال ساق الغنم: يسوقها "[5].

ثانياً: تعريف السوق اصطلاحاً: المعنى التجاري للسوق هو:"اسم لكل مكان وقع فيه التبايع بين من يتعاطى البيع والشراء"[6].

"أما في العرف الإقتصادي فالسوق أوسع من مجرد مكان، فهو أي وسيلة يتلاقى من خلالها البائع والمشتري لنقل ملكية السلعة إلى المشتري، أو ملكية الثمن إلى البائع"[7]. وذلك نظراً لتنوع وسائل الاتصال وتطورها في زمننا الحاضر.

---

[1] الجزري، أبو السعادات المبارك بن محمد، **النهاية في غريب الأثر**، المكتبة العلمية، بيروت، (1036/2).

[2] المرسي، أبو الحسن علي بن إسماعيل بن سيده، **المحكم والمحيط الأعظم**، تحقيق: عبد الله هنداوي، ط1، دار الكتب العلمية، بيروت، (435/7).

[3] سورة الفرقان، أية 20.

[4] ابن كثير، إسماعيل بن عمر الدمشقي، **تفسير ابن كثير(تفسير القرآن العظيم)**، دار الفكر، بيروت، 1401هـ،(175/3).

[5] المطريزي، **المغرب في ترتيب المعرب**، تحقيق: محمود فاخوري، وعبد الحميد مختار، مكتبة أسامة بن زيد – حلب، (ط1979/1م)، (422/1).

[6] العسقلاني، احمد بن علي بن حجر الشافعي، **فتح الباري شرح صحيح البخاري**، تحقيق: محب الدين الخطيب، دار المعرفة، بيروت،(342/4).

[7] محمد، علي جمعة، **موسوعة الاقتصاد الإسلامي في المصارف والنقود والأسواق المالية**، تحرير: رفعت السيد عوضي، دار السلام والمعهد العالمي للفكر الإسلامي، 1981م، (376/1).

وعلى ذلك اختلف مفهوم السوق بالمعنى الاقتصادي عن المعنى التجاري؛ فكلمة سوق بالمعنى التجاري تعني: المكان الذي تتجمع فيه السلع، ويتم فيه نقل الملكية بعد تمام البيع أو الشراء، أما السوق بالمعنى الاقتصادي: فلا يقصد به مكان معين، وإنما هو أسلوب إتمام عملية تجارية سواء كانت على نطاق محلي أو دولي[1].

ويعرف السوق بالمفهوم الحديث: "بأنه ذلك التنظيم الذي يهيئ لكل من البائعين والمشترين فرص تبادل السلع والخدمات وعناصر الإنتاج، وفيه تحدد الأسعار، وعليه فإن الشرط الأساسي لوجود السوق هو توفر إمكانية الاتصال بين البائعين والمشترين، سواء كانوا في مكان واحد أم أماكن متفرقة"[2].

[1]عبد السميع، إبراهيم حسني، **استثمار الأموال في الشريعة الإسلامية**، ص 11.

[2] مرطان، سعيد سعد، **مدخل للفكر الاقتصادي في الإسلام**، مؤسسة الرسالة، 1986م، ص 121.

المبحث الثاني

موقف الشريعة الإسلامية من التجارة والمنافسة فيها

تضمن هذا المبحث: موقف الشريعة الإسلامية من التجـارة والمنافسـة فيهـا، وأدلـة مشروعية التجارة، وضوابط المنافسة التجارية المشروعة وآدابها في الإسلام، فكانت في ثلاثـة مطالب:

المطلب الأول: موقف الشريعة الإسلامية من التجارة والمنافسة فيها

عندما جاء الإسلام إلى المجتمع العربي في شبه الجزيرة العربية وجـد صـوراً مـن المعاملات المالية، إذ كان العرب كأي أمة أو مجتمع لهم حياة اجتماعية ومدنيـة واقتصـادية، وتعاقدات ومعاملات مالية، فكانوا يتحالفون ويتبايعون ويتداينون ويؤجرون ويرهنون ويتجرون، وكانوا في جميع معاملاتهم وعقودهم واتفاقاتهم يعبرون عن إرادتهم خاضعين لأعرافهم وعادات جارية بينهم[1].

كما كان موسم الحج موسماً تجارياً تفد فيه العديد من السلع والبضائع من خارج الجزيرة العربية، ومن معظم أنحاء الجزيرة العربية إلى مكة، ولأهمية التجارة ومكانتها لـدى العـرب عموماً ولدى قريش خصوصاً، أقاموا العديد من الأسواق، التي يجتمعون فيها لعـرض سـلعهم وإنشاد أشعارهم، كسوق عكاظ ومجنة وذي المجاز وهجر وبصرى وغيرها من الأسواق، ولكن هذه الأسواق كانت تفتقر إلى الكثير من التنظيم في الكثير من المعاملات التي كانت تجري فيها، فكان التجار يمارسون فيها المعاملات الربوية والغش والتطفيف في الكيل والميـزان والحلـف الكاذب وغيرها من المعاملات اللاأخلاقية والضارة بالمجتمع، والتي كان الضحية فيهـا الفقيـر والمغفل والمسكين من عامة الناس، أما المستفيد منها فهو التاجر من كبار القوم وسيدهم دون أن يهمه ما كان يحصل عليه من مال إن كان طيباً أو خبيثاً[2].

---

[1] شبير، محمد عثمان، **المدخل إلى فقه المعاملات المالية**، دار النفائس، الأردن، ص 17.

[2] الجوعاني، محمد نجيب حمادي، **ضوابط التجارة في الاقتصاد الإسلامي**، ط1، دار الكتب العلمية، بيروت، 1426هـ، ص 40.

وقد عرف العرب طريقهم إلى السوق قبل مجيء الإسلام، وقاموا بالرحلات شمالاً إلى الشام في الصيف، وجنوباً إلى اليمن في الشتاء، من أجل التجارة وإلى هذا أشار القرآن الكريم في قوله تعالى:(لِإِيلَٰفِ قُرَيۡشٍ ۝ إِۦلَٰفِهِمۡ رِحۡلَةَ ٱلشِّتَآءِ وَٱلصَّيۡفِ)[1]، وقد كان النبي – صلى الله عليه وسلم – تاجراً، يرتاد الأسواق، يضارب بمال السيدة خديجة –رضي الله عنها–[2]. فقد روى ابن هشام وهو يتحدث عن زواج الرسول – صلى الله عليه وسلم– بخديجة بنت خويلد:" وكانت خديجة بنت خويلد تاجرة، ذات شرفٍ ومال، تستأجر الرجال في مالها، وتضاربهم إياه بشيء تجعله لهم "[3]، وعن ابن عباس – رضي الله عنهما – قال: " قدم النبي – صلى الله عليه وسلم – وهم يسلفون بالتمر السنتين والثلاث، فقال: من أسلف في شيء ففي كيلٍ معلوم ووزن معلوم إلى أجل معلوم "[4].

فهذه النصوص تدل على أن العرب عرفوا عقد الشركة والإجارة والمضاربة والسلم، وهي عقود أقرها الإسلام؛ لأن الحياة العملية لا تقوم بدونها، ثم وضع لها الإسلام الضوابط والقواعد والشروط، فقد كان موقف الإسلام من صور المعاملات المالية موقف الناقد المصلح المهذب، فما رأى فيه مصلحة أبقاه، وما رأى فيه ضرراً، أو يؤدي إلى ضرر، أو ينافي الفضيلة منعه وحرمه[5].

وقد كان النبي– صلى الله عليه وسلم – يذهب إلى السوق بنفسه، ويراقب ما يجري فيه؛ موجهاً ومرشداً ومبيناً للتجار ما يجب عليهم أن يلتزموا به، وما يجب عليهم أن يجتنبوه، فقد روي عن أبي هريرة– رضي الله عنه – " أن رسول الله – صلى الله عليه وسلم – مر على صبرة من طعام، فأدخل يده، فنالت أصابعه بللاً، فقال: يا صاحب الطعام، ما هذا؟ قال: أصابته

---

[1] سورة قريش، آية 1-2.

[2] عبد السميع، ابراهيم حسني، **استثمار الأموال في الشريعة**، ص11/12.

[3] ابن هشام، عبد الملك بن هشام بن أيوب الحميري، **السيرة النبوية**، تحقيق: طه عبد الرؤوف سعد، ط1، دار الجيل، بيروت، 1411هـ،دار الجيل، بيروت،(5/2).

[4] البخاري، أبو عبد الله محمد بن إسماعيل الجعفي، **صحيح البخاري**، تحقيق: مصطفى ديب البغا، دار ابن كثير، اليمامة، بيروت، ط3، 1407هـ، كتاب: السَّلَم، باب: السّلم في وزن معلوم، (781/2)،(2125).

[5] شبير، محمد عثمان، **المدخل إلى فقه المعاملات المالية**، ص18–19.

السماء يا رسول الله، قال: أفلا جعلته فوق الطعام حتى يراه الناس؟ ثم قال: من غشنا فليس منا"[1].

فقد حظي السوق في عهده – صلى الله عليه وسلم– باهتمامه ورعايته، وتعهده بالإشراف والمراقبة، ووضع له ضوابط، وسن له آداباً، وطهره من كثير من البيوع الفاسدة، كما منع بيع المحرمات فيه، كما عني – صلى الله عليه وسلم – بحريته وإتاحة الفرصة المتكافئة فيها للبيع والشراء بين الجميع على السواء[2].

وقد حرص أمير المؤمنين عمر – رضي الله عنه – على تعيين المحتسبين الذين يهتمون بالمكاييل والموازيين، كما يهتمون بمحاربة الغش والتدليس والاحتكار ونحو ذلك، فهم يعملون ذلك من منطلق الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، وقد كان يعزر من ينقص المكيال والميزان، أو يحتال على الناس أو يحتكر.[3]

المطلب الثاني: حكم المنافسة التجارية في الإسلام

لما أباح الإسلام العمل التجاري وشجع عليه أباح المنافسة التجارية المشروعة فيه، فالتنافس المشروع بين المتعاملين في الأسواق المالية والسلعية جائزٌ في الإسلام؛ لأن الأصل في الإسلام عدم التدخل بفرض سعرٍ معين للسلع المتداولة في الأسواق حيث إن التعامل في شريعة الإسلام مبناه على الحرية، وصحة ما يتراضى عليه المتعاقدان، وفي هذا منع للضرر الذي يعوق حركة التعامل في الأسواق فضلاً عن الضرر الذي يتعرض له أصحاب السلع والمنتجات[4]، لقوله تعالى: (يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُواْ لَا تَأۡكُلُوٓاْ أَمۡوَٰلَكُم بَيۡنَكُم بِٱلۡبَٰطِلِ إِلَّآ أَن تَكُونَ تِجَٰرَةً عَن تَرَاضٖ مِّنكُمۡ)[5]، وروى أنس – رضي الله عنه – قال: " غلا

[1] سبق تخريجه، ص2.

[2] ابن عمر، يحيى الأندلسي المالكي، **أحكام السوق في الإسلام**، 1975م، ص 36.

[3] عبد السميع، **استثمار الأموال في الشريعة الإسلامية**، ص 15.

[4] عبد السميع، **استثمار الأموال في الشريعة الإسلامية**، ص11.

[5] سورة النساء، آية 29.

السعر على عهد رسول الله – صلى الله عليه وسلم –، فقالوا: يا رسول الله سعّر لنا، فقال: " إن الله هو المسعر القابض الباسط الرازق، وإني لأرجو الله أن ألقى ربي وليس أحد منكم يطلبني بمظلمة في دم ولا مال "[1].

فالإسلام يدعو إلى المنافسة، لكن المنافسة التجارية في الإسلام ذات صفات خاصة، إذ يجب أن تكون منافسة بناءة، تنصب على التسابق في إجادة العمل، وإجادة المنتجات وتفوقها، كما يوجب أن تكون منافسة خيرة، فلا يترتب عليها الإضرار بالغير، كما أن التنافس مشروع إذا كان من أجل دخول الجنة والإيمان والخير والعمل الصالح والعلم النافع ونحو ذلك[2]، لقوله تعالى: (وَفِي ذَٰلِكَ فَلْيَتَنَافَسِ الْمُتَنَافِسُونَ)[3].

*** أدلة مشروعية التجارة:**

لا خلاف في أن الأصل في حكم التجارة أنها مشروعة، وقد حفلت آيات القرآن الكريم، وسنة النبي الكريم – صلى الله عليه وسلم– بالأدلة على مشروعيتها، وكذا فعل الصحابة، وإجماع الأمة.

أولاً: من القرآن الكريم:

1- قوله تعالى: (يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَن تَكُونَ تِجَارَةً عَن تَرَاضٍ مِّنكُمْ)[4].

---

[1] الترمذي، **سنن الترمذي**، كتاب: البيوع، باب: ما جاء في التسعير، (605/3) (1314)، وقال الترمذي: هذا حديث حسن صحيح، انظر الترمذي، **سنن الترمذي**، (605/3).

[2] حميش، **حماية المستهلك من منظور إسلامي**، ص 213.

[3] سورة المطففين، آية 26.

[4] سورة النساء، آية 29.

2- قولــه تعــالى:(فَإِذَا قُضِيَتِ ٱلصَّلَوٰةُ فَٱنتَشِرُواْ فِي ٱلۡأَرۡضِ وَٱبۡتَغُواْ مِن فَضۡلِ ٱللَّهِ)[1]، أي بالبيع والتجارة بدليل قوله تعالى قبله: " وذروا البيع "، أي فإذا قضيت الصــلاة، فــاطلبوا الربح الذي كان محرماً عليكم عند النداء[2].

3- قوله تعالى:) إِلَّآ أَن تَكُونَ تِجَٰرَةً حَاضِرَةً تُدِيرُونَهَا بَيۡنَكُمۡ فَلَيۡسَ عَلَيۡكُمۡ جُنَاحٌ أَلَّا تَكۡتُبُوهَا)[3].

4- وقولــه تعــالى:" (وَمَآ أَرۡسَلۡنَا قَبۡلَكَ مِنَ ٱلۡمُرۡسَلِينَ إِلَّآ إِنَّهُمۡ لَيَأۡكُلُونَ ٱلطَّعَامَ وَيَمۡشُونَ فِي ٱلۡأَسۡوَاقِ)[4].

ثانياً: من السنة النبوية الشريفة:

1- قول رسول الله – صلى الله عليه وسلم-: " التاجر الصدوق الأمين مع النبيين والصــديقين والشهداء"[5].

2- وقول رسول الله- صلى الله عليه وسلم-: " البيعان بالخيار ما لم يتفرقا فإن بينــا وصــدقا بورك لهما في بيعهما وإن كذبا وكتما محق بركة بيعهما "[6].

3- ما ورد عن رفاعة[7]- رضي الله عنه- أنه خرج مع النبي – صلى الله عليه وسلم – فــرأى الناس يتبايعون، فقال: يا معشر التجار فاستجابوا له ورفعوا أعناقهم وأبصارهم، فقال: " إن

---

[1] سورة الجمعة، آية 10.

[2] الشنقيطي، **أضواء البيان**، (89/1).

[3] سورة البقرة، آية 282.

[4] سورة الفرقان، آية 20.

[5] الترمذي، **سنن الترمذي**، كتاب، البيوع، باب: ما جاء في التجار وتسمية النبي صلى الله عليه وسلم إيــاهم، (515/3) (1209)، قال أبو عيسى الترمذي: هذا حديث حسن لا نعرفه إلا من هذا الوجه، انظر: الترمذي (515/3).

[6] البخاري، **صحيح البخاري**، كتاب: البيوع، باب: من أنظر معسرا، (732/2)،(1973).

[7] رفاعة: هو رفاعة بن نافع بن مالك بن العجلان الأنصاري الخزرجي، أبو معاذ (ت: نحو41هــ) مــن أهــل بــدر، أخرج له البخاري هو وغيره، وشهد هو وأبوه العقبة وبقية المشاهد، أنظر: العسقلاني، ابن حجر، **الإصــابة فــي تمييــز الصحابة**، تحقيق: علي محمد البجاوي، دار الجيل، بيروت، ط1، 1412هــ، (489/2).

التجار يبعثون يوم القيامة فجاراً إلا من اتقى بر وصدق "[1].

4- ما ورد عن رافع ابن خديج – رضي الله عنه – قال:" قيل يا رسول الله، أي الكسب أطيب؟ قال: عمل الرجل بيده وكل بيع مبرور"[2].

ثالثاً: الإجماع:

أجمع المسلمون على جواز التجارة في الجملة، وهذا ما تقتضيه الحكمـــة؛ لأن النـــاس يحتاج بعضهم إلى ما في أيدي بعض، وهذه سنة الحياة، وتشريع التجارة وتجويزها هو الطريق إلى وصول كل واحد منهم إلى غرضه ودفع حاجته[3].

ومما سبق يتبين اهتمام الإسلام البالغ بالأسواق وما يجري فيها من تعاملات، فقد وضع القواعد والضوابط لها، وبين الحلال ووضحه، وأمر باتباعه، وبين الحرام ونهى عنـــه، وأمـــر باجتنابه.

المطلب الثالث: ضوابط المنافسة التجارية المشروعة وآدابها في الإسلام

تعتبر التجارة من أفضل طرق الكسب وأشرفها، وهي تقوم على مجموعة من الأســـس والقواعد، فقد وضع الإسلام للسوق آداباً عدة، وألقى علـــى التـــاجر تبعـــات كبيـــرة، وحملـــه مسؤوليات خطيرة، وقدم له النصح، ورسم له الطريق، ووضع له المنهج، وطلب إليه أن يســـير على بصيرة من أمره[4]، فقد كان الناس في الإسلام لا يتعاطون البيع والشـــراء حتـــى يتعلمـــوا أحكامه وآدابه، وحلاله وحرامه، فلا بد من العلم قبل الشروع بالعمل، ومعرفة مثل هذه الأحكام

---

[1] الترمذي، **سنن الترمذي**، كتاب: البيوع، باب: ما جاء في التجار وتسمية النبي صلى الله عليه وسلم إيـــاهم، (515/3) (1210)، قال أبو عيسى الترمذي: هذا حديث حسن صحيح، انظر: الترمذي، **سنن الترمذي**(515/3).

[2] أحمد، أبو عبد الله الشيباني، **المســـند**، مؤسسة قرطبة- القاهرة، (141/4) (17303) قال الألبـــاني: صـــحيح، انظـــر: الألباني، **السلسلة الصحيحة**، (106/2).

[3] ابن قدامه، أبو محمد عبد الله بن محمد المقدسي، **المغني في فقه الإمام أحمد بن حنبـــل الشـــيباني**، ط1، دار الفكـــر، بيروت،1405هـــ، (3\560).

[4] القرني، عبد الحفيظ فرغلي علي، **آداب السوق في الإسلام**، ط1، دار الصحوة، القاهرة، 1987م، ص6.

فرض كفاية، ولكنها تصبح فرض عين على من أراد ممارسة التجارة[1]، وفي هذا يقول الإمام الغزالي: " فلا بد له –أي للتاجر– من هذا القدر من علم التجارة ليتميز له المباح عن المحظور، وموضع الإشكال عن موضع الوضوح؛ ولذلك روي عن عمر –رضي الله عنه –أنه كان يطوف السوق ويضرب بعض التجار ويقول لا يبيع في سوقنا إلا من يفقه وإلا أكل الربا شاء أم أبى"[2].

فما تقوم به البلديات في الوقت الحالي من إشراف على الطرق، والرقابة على الأسواق وإصلاح الطرق والجسور، ومنع التعديات، ومراقبة البضائع، هو ما نص عليه الفقهاء أنه من ديوان الحسبة[3].

فالإسلام ضمن مجموعة من المعايير الخلقية والتوجيهات، لضمان سلامة عمل السوق من خلال أوامر ونواه وترغيب وترهيب غايتها إرضاء الله عز وجل أولاً، ثم تحقيق النفع العام والخاص[4]، وتتجلى هذه الأخلاقيات والآداب في ما يأتي:

أولا: تحريم الغش:

فقد حرم الإسلام الغش بكافة صوره وأشكاله، وأوجب العدل في الميزان، فقال تعالى: (وَأَوۡفُواْ ٱلۡكَيۡلَ وَٱلۡمِيزَانَ بِٱلۡقِسۡطِ) "[5] أي بالعدل، وقال تعالى: (وَٱلسَّمَآءَ رَفَعَهَا وَوَضَعَ ٱلۡمِيزَانَ ۝٧ أَلَّا تَطۡغَوۡاْ فِي ٱلۡمِيزَانِ ۝٨ وَأَقِيمُواْ ٱلۡوَزۡنَ بِٱلۡقِسۡطِ وَلَا تُخۡسِرُواْ ٱلۡمِيزَانَ)[6]، ومن ذلك أن يكون الوزن مستقيماً بالقسط والإنصاف، فلا تنقصوه ولا تتلاعبوا فيه.

وكذلك جاء تحريم الغش في السنة النبوية، لما ورد عن أبي هريرة: " أن رسول الله – صلى الله عليه وسلم – مر على صبرة من طعام، فأدخل يده، فنالت أصابعه بللاً، فقال: يا

---

[1] المصري، رفيق يونس، **أصول الاقتصاد الإسلامي**، ط2، دار القلم، الأردن،1413هـ، ص 128.

[2] الغزالي، **إحياء علوم الدين**، (64/2).

[3] البيتي، عبد الرحمن بن حسن، **أهمية الحسبة في النظام الإسلامي**،(14/1).

[4] أبو حمد، رضا صاحب، **الخطوط الكبرى في الاقتصاد الإسلامي**، ط1، دار مجدلاوي، الأردن، 2006م، ص 100.

[5] سورة الأنعام، آية 152.

[6] سورة الرحمن، آية 7-9.

صاحب الطعام، ما هذا؟ قال: أصابته السماء يا رسول الله، قال أفلا جعلته فوق الطعام حتى يراه الناس؟ ثم قال: من غش فليس منا "[1]، ووجه الدلالة من الحديث: أي من خان وغش بستر حال الشيء فليس من متابعينا، أي ليس على سنتنا أو طريقتنا من فعل هذا[2].

وللغش أضرار كثيرة منها:

أن الغش التجاري يهدم الأخلاق، ويمحق البركة؛ لأنه لا يقدم عليه إلا من كان منعدم الأخلاق لا يدري بما قد تسببه سلعته المغشوشة من أضرار بالبلاد، والأفراد، والأمم إذا انحطت أخلاقها وانتشر الغش والخداع في أسواقها ومعاملاتها فهذا دليل على انهيارها، بالإضافة إلى أن الغش يضر بالسلع الأصلية حيث يقل الإقبال عليها، مما يؤدي إلى كسادها فيسبب الخسائر الكبيرة لأصحابها، وكذلك فإن مستهلك السلع المغشوشة معرض لأضرار كبيرة في صحته نتيجة تناوله مواد غذائية أو أدوية فاسدة، وأضرار في ماله نتيجة استعماله سلعة ذات جودة متدنية لا تساوي ما دفع فيها، والتاجر الذي يغش معرض لخسارة ماله وسمعته، كما يؤدي الغش إلى فقدان الثقة بين المتعاملين، وانتشار الريبة والخديعة واستعمال الطرق الملتوية والحيل للحصول على الربح،[3] بالإضافة إلى أن الغاش غير كامل الإيمان لأنه لا يحب لأخيه ما يحب لنفسه من الخير، لقوله عليه السلام: " لا يؤمن أحدكم حتى يحب لأخيه ما يحب لنفسه "[4].

فالغش بكافة صوره وأنواعه المختلفة ظلم للآخرين وأكل لحقوقهم بالباطل، والغاش خائن يأخذ أكثر مما يستحق، ويبيع بضاعة ليست بالمواصفات المطلوبة[5]، فإسلامية العمل التجاري تتطلب ألا يظهر التاجر محاسن السلعة ويخفي عيبها، فإذا طبق ذلك سيؤدي إلى استقرار التعامل التجاري، واطمئنان الناس لمعايشهم [6]، فيقبل المشتري لشراء ما يحتاجه وهو مطمئن مرتاح بان ما يدفعه من نقود سيأخذ ما يقابله من بضاعة جيدة لا غش فيها ولا خداع؛

---

[1] سبق تخريجه، ص2.

[2] المناوي، عبد الرؤوف، **فيض القدير بشرح الجامع الصغير**، المكتبة التجارية ، مصر،ط1، 1356هـ،(240/6).

[3] حميش، **حماية المستهلك من منظور إسلامي**، ص67-69.

[4] البخاري، **صحيح البخاري**، كتاب: الإيمان، باب: من الإيمان أن يحب لأخيه ما يحب لنفسه، (14/1)،(13).

[5] الكفراوي، عوف محمود، **أصول الاقتصاد الإسلامي**، ط1، الانتصار لطباعة الأوفست، 2003م، ص 66/65.

[6] الاوذن، سمير عبد السميع، **تسويق الشهرة التجارية ودور التحكيم في منازعاتها**، ط1، 2009م، ص 315.

لأن المجتمع يسعى إلى الكسب الحلال، وإلى إرضاء الله عز وجل والخوف من عقابه وعذابه في حال الغش أو الخيانة[1].

ثانياً: تحري الحلال:

يجب على المسلم أن يتحرى الحلال في كسبه وجميع معاملاته، وأن يتجنب أكل الحرام، لما له من عواقب كبيرة في الدنيا والآخرة منها عدم قبول العمل، وعدم استجابة الدعاء، لما ورد عن سعد بن أبي وقاص أنه قال للنبي – عليه الصلاة والسلام –: أدع الله أن يجعلني مستجاب الدعوة، فقال له النبي– صلى الله عليه وسلم –: " يا سعد، أطب مطعمك تكن مستجاب الدعوة، والذي نفس محمد بيده إن العبد ليرفع اللقمة الحرام في جوفه ما يقبل منه عملاً أربعين يوماً، وأيما عبد نبت لحمه من سحت فالنار أولى به "[2]، وورد عن السيدة عائشة – رضي الله عنها – قالت: كان لأبي بكر – رضي الله عنه – غلام، فجاء له يوماً يمشي بشيء فأكله منه، فقال له الغلام: أتدري ما هذا؟ فقال أبو بكر: وما هو؟ فقال تكهنت لإنسان في الجاهلية وما أحسن الكهانة، إلا أني قد خدعته، فلقيني فأعطاني بذلك هذا الذي أكلت منه، فأدخل أبو بكر يده فقاء كل شيء في بطنه. وفي رواية قال: " والذي نفسي بيده لو لم تخرج إلا مع نفسي لأخرجتها فإني سمعت النبي – صلى الله عليه وسلم – يقول:" كل جسد نبت من سحت فالنار أولى به " فخشيت أن ينبت جسمي من هذه اللقمة " [3].

فالمسلم مدعو لتحري مصادر كسبه، فهو يسعى إلى الكسب الحلال، مبتعداً عن الكسب الحرام، فإن كان ذلك هدفه فإنه سوف يتحرى الدقة والجودة في الصنعة، لا يغش ولا يخدع ولا يخون، بل يتعامل بالصدق والأمانة مع إخوانه المسلمين وغير المسلمين، فإذا انتشرت هذه

---

[1] حميش، **حماية المستهلك من منظور إسلامي**، ص 45.

[2] الطبراني، أبو القاسم سليمان بن أحمد بن أيوب، **المعجم الأوسط**، تحقيق: حمدي بن عبد المجيد السلفي، مكتبة الزهراء الموصل، ط2، 1404هـ، (311/6)، لا يروى هذا الحديث إلا عن جريج بهذا الإسناد ، انظر، الطبراني، **المعجم الأوسط**، (311/6).

[3] الهندي، علاء الدين علي المتقي بن حسام الدين، **كنز العمال في سنن الأقوال والأفعال**،دار الكتب العلمية، بيروت، 1419هـ، (236/12). قال الألباني: صحيح، انظر: الألباني، **الجامع الصغير وزيادته**، (865/1).

المعاني في المجتمع الإسلامي، ضمن المسلم حقوقه، فيقبل على شراء ما يحتاجه وهو مطمئن مرتاح بأن ما يدفعه من نقود سيأخذ ما يقابله من بضاعة جيدة لا غش فيها ولا خداع؛ لأن الجميع يسعى إلى الكسب الحلال، وإلى إرضاء الله تعالى والخوف من عقابه وعذابه في حال الغش أو الخيانة، فقد بين الإسلام للناس وسائل الكسب المشروع وحثهم على ممارستها، مثل: البيع والمرابحة[1] والإجارة[2] والمضاربة[3] والمساقاة[4]... وغيرها، كما بين لهم الموارد المحرمة والممنوعة مثل: بيع المعدوم، وبيع الغرر، وبيع الملامسة، وبيع النجس، والربا، والرشوة... وغيرها[5].

ثالثاً: تحريم التطفيف في الميزان:

أولى الإسلام الموازين والمكاييل أهمية خاصة، فهي جزء من التراث الحضاري الإنساني القديم، الذي ورثته الحضارة الإسلامية عن غيرها، وعمل المسلمون جهدهم في سبيل تطوير هذا النظام، والسير به قدماً، حتى بلغوا به درجة النضج والكمال، ولعل سبب هذا الاهتمام هو أن وحدات الكيل والوزن والقياس لها صلة وثيقة بالأحكام الشرعية في باب المعاملات، فبها تؤدى بعض حقوق الله وحقوق عباده: كالزكاة والصدقات والخراج والكفارات والنذور، وما يتعلق بأمور الأوقاف والتركات وسائر المعاملات اليومية[6].

---

[1] هي: أن يشتري الرجل سلعة بثمن، ويبيعها بأكثر منه على وجه مخصوص، انظر:النفراوي،أحمد بن غنيم، **الفواكه الدواني على رسالة ابن أبي زيد القيرواني**، تحقيق: رضا فرحات، مكتبة الثقافة الدينية، (1084/3).

[2] هي: مبادلة عين بمنفعة، انظر: الدهلوي، شاه ولي الله بن عبد الرحيم، **حجة الله البالغة**، تحقيق: سيد سابق، مكتبة المثنى، بغداد، ص 91.

[3] هي: أن يكون المال لإنسان، والعمل في التجارة من آخر، ليكون الربح بينهما على ما يبينانه، انظر: الدهلوي، **حجة الله البالغة**، ،ص 668.

[4] هي: دفع الشجر إلى من يصلحه بجزء من ثمره، انظر: النفراوي، **الفواكه الدواني**، (1085/3).

[5] حميش، **حماية المستهلك من منظور إسلامي**، ص 44-45.

[6] ابن عمر، **أحكام السوق في الإسلام**، ص 95-96.

وقد ورد تحريم التطفيف في الكيل في قوله تعـالى: (وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ ۝ ٱلَّذِينَ إِذَا ٱكْتَالُواْ عَلَى ٱلنَّاسِ يَسْتَوْفُونَ ۝ وَإِذَا كَالُوهُمْ أَو وَّزَنُوهُمْ يُخْسِرُونَ)[1] فقد أعد الله –عـز وجل – الهلاك والعذاب لأولئك الفجار الذين ينقصون المكيال والميزان، وفي السنة الشريفة قوله –عليه الصلاة والسلام –: " ولا طففوا المكيال إلا منعوا النبات وأخذوا بالسنين " [2].

وجه الدلالة: أن قلة البركة والقحط يعود لأسباب منها تطفيف الكيل والتلاعب بالموازين.

فالتطفيف في المكيال والميزان يلحق أضراراً بالمجتمع والمستهلك نتيجةً لما يقـوم بـه المطفف من خيانة وسرقة، تؤدي إلى بخس الناس أشياءهم وأكل أموالهم بالباطل، مما يكون له كبير الأثر في الإخلال بالسلوك العام في المعاملات، وزعزعة الاستقرار والثقة بين المتعاملين، لذا لابد من وجود مراقبة من قبل الجهات المسؤولة عن المكاييل والموازين، والاهتمام بضبطها يعود بنتائج طيبة على المستهلك والمجتمع منها[3]:-

1- زرع الثقة في نفوس الناس، وطمأنتهم بصحة الموازين والمكاييل ودقتها فيقبلون على البائع بثقة واطمئنان.

2- حماية أموال الناس من العبث والهدر.

3- ضمان حصول المستهلك على السلع الضرورية بموازينها المضبوطة.

4- خدمة الاقتصاد الوطني وتحسين سمعته بين الأمم.

5- نشر الأخلاق الفاضلة في المجتمع وخاصةً في أوساط التجار.

---

[1] سورة المطففين، آية 1-3.

[2] الطبراني، أبو القاسم سليمان بن أحمد بن أيوب، **المعجم الكبير**، تحقيق: حمدي بن عبد المجيـد السـلفي، ط2، مكتبـة الزهراء، الموصل، 1404هـ، (45/11)، (10992). قال الألباني: سنده قريب من الحسن وله شواهد، أنظر، الألبـاني، **الترغيب والترهيب**، مكتبة المعارف، الرياض،ط5،(187/1).

[3] حميش، **حماية المستهلك من منظور إسلامي**، ص 186-187.

6- ضمان وجود سلطة يرجع إليها في حالة ما إذا تم ضبط أية سلعة مخلة بالمواصفات والمقاييس التي تصدرها الدولة وهذا يعطي ثقةً واطمئناناً.

ولأهمية ضبط مقادير الأشياء واستقامة المكاييل والموازين نشأت وظيفة المحتسب في الإسلام ليراقب الأسعار ويتأكد من سلامة الموازين وبذلك يأخذ الحاكم على يد المحتال والمطفف بالعقوبة الشرعية والجزاء الصارم[1].

رابعا:الصدق:

فقد حث الإسلام على الصدق في جميع مجالات الحياة، ومنها المعاملات التجارية، فعن رفاعة بن رافع – رضي الله عنه – أنه قال: خرجت مع النبي – صلى الله عليه وسلم – إلى المصلى، فرأى الناس يتبايعون فقال: " يا معشر التجار، فاستجابوا لرسول الله – صلى الله عليه وسلم – ورفعوا أعناقهم وأبصارهم إليه فقال: إن التجار يبعثون يوم القيامة فجاراً، إلا من اتقى وبر وصدق"[2]، فالدين الإسلامي يرشد المتعاملين في السوق إلى التزام الصدق في معاملاتهم، مثل بيان التاجر لعيوب السلعة متى وجدت، فلو حدث أن أخفى البائع عيباً في السلعة، فهو إضافة إلى كونه غشاً يعاقب عليه الإسلام، فإنه يعطي المشتري الحق في إعادة السلعة، وفسخ البيع متى كان العيب ينقص من قيمة السلعة[3].

فعن أبي ذر عن النبي – صلى الله عليه وسلم – أنه قال: " ثلاثة لا يكلمهم الله يوم القيامة ولا ينظر إليهم، ولا يزكيهم، ولهم عذاب أليم، قلت: من هم يا رسول الله فقد خابوا وخسروا، قال: المنان، والمسبل إزاره، والمنفق سلعته بالحلف الكاذب "[4].

---

[1] حمودة، محمود محمد، **الاستثمار والمعاملات المالية في الإسلام**، ط 1،2006م، ص83.

[2] سبق تخريجه، ص19.

[3] الجزيري، عبد الرحمن، **كتاب الفقه على المذاهب الأربعة**، المكتبة التجارية الكبرى، القاهرة، 1970م، ص189.

[4] البخاري، **صحيح البخاري**، كتاب: المزارعة، باب: أثم من منع ابن السبيل من الماء،(831/2) (2230).

ومن آداب البيع والشراء ودلائل الصدق فيه عدم الإكثار من الحلف، بل عدم الحلف مطلقاً لقوله تعالى:(وَلَا تَجۡعَلُواْ ٱللَّهَ عُرۡضَةً لِّأَيۡمَـٰنِكُمۡ[1] فعلى المسلم أن يبتعد عن الأيمان الفاجرة الكاذبة، وخاصة في البيع و الشراء، فلا يعمد إلى ترويج بضاعته بالحلف الكاذب و هو يعلم، ولو ظن التاجر أنه بكثرة حلفه قد سارع في إنفاق سلعته لكنه أذهب فضل وبركة هذا البيع[2]، فعن أبي هريرة قال: سمعت رسول الله – صلى الله عليه وسلم – يقول: " الحلف منفقة للسلعة، ممحقة للبركة "[3].

خامسا: تحريم التدليس:

التدليس لغة: الخديعة و أصله من الدلس و هو الظلمة[4].

التدليس اصطلاحاً: هو كتمان أحد المتعاقدين عيباً خفياً يعلمه في محل العقد عن المتعاقد الآخر[5]، فالمعاملات في الإسلام يجب أن يلازمها الوضوح والبيان بعيداً عن أساليب الغش والتدليس وكتمان العيب، بل تعتمد على الإفصاح بين المتعاملين في الأسواق، حيث يقول النبي – صلى الله عليه وسلم–: " البيعان بالخيار ما لم يفترقا فإن صدقا وبينا بورك لهما في بيعهما وإن كتما و كذبا، محقت بركة بيعهما "[6].

وجه الدلالة: أن على المتعاقدين أن يفصح كل منهما عن المبيع و الثمن، فالبائع يبين ما في السلعة من عيوب، و المشتري يبين الثمن من حيث جنسه و قدره و صنفه، و بذلك جعل الإسلام من الإفصاح وسيلة من وسائل تحقيق البركة في الدنيا، و النجاة من عذاب الله في الآخرة[7].

---

[1] سورة البقرة آية 224.

[2] حميش، **حماية المستهلك من منظور إسلامي**، ص173/172.

[3] البخاري، **صحيح البخاري**، كتاب: البيوع، باب: " يمحق الله الربا ويربي الصدقات والله لا يحب كل كفار أثيم"، (753/2)،(1981).

[4] ابن منظور، أبو الفضل محمد بن مكرم الإفريقي المصري، **لسان العرب**، ط1، دار صادر، بيروت، 1968م، (86/6).

[5] انظر، عميرة، **حاشية عميرة**، (245/2).

[6] البخاري، **صحيح البخاري**، كتاب: البيوع، باب: إذا بيّن البيعان و لم يكتما ونصحا،(732/2)(1973).

[7] عبد السميع، **استثمار الأموال في الشريعة الإسلامية**، ص (20/19).

وقد يقع الغش في المعاملات كثيراً بصورة التدليس القولي، كالكذب في سعر المبيع، أو الفعل ككتمان عيوب المعقود عليه، أو بصورة التصرية، وصورته أن يقوم البائع بعدم حلب الناقة قبل بيعها ليوهم المشتري كثرة اللبن، فإن وقع ذالك خدع المشتري، فيبرم العقد وهو غير راض بذلك إذا علم الحقيقة[1]، علماً بأن تدليس العيب يوجب للمتعاقد المدلس عليه حقاً في إبطال العقد يسمى (خيار العيب)، فيرد المبيع المدلس ويفسخ العقد والبائع في هذه الحالة أي إذا كان عالماً بالعيب فكتمه كان مدلساً وداخلاً تحت حكم الخلابة، أما إذا لم يكن البائع عالماً بالعيب فهو ضامن له أيضاً بمقتضى العقد ولكنه ليس مدلساً، والخلابة هي: أن يخدع أحد المتعاقدين الآخر بوسيلة موهمة قولية أو فعلية تحمله على الرضا بالعقد بما لم يكن يرضى به[2].

سادساً: قيام التجارة على التراضي:

من المبادئ العامة في الشريعة الإسلامية اشتراط التراضي التام بين المتعاقدين في أمور التجارة، لقوله تعالى: (يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَن تَكُونَ تِجَارَةً عَن تَرَاضٍ مِّنكُمْ)[3]، وقوله عليه السلام: " لا يحل مال امرئ مسلم بغير طيب نفس منه "[4]، و قوله أيضاً: " إنما البيع عن تراض"[5].

سابعاً: لزوم التقوى:

فالأعمال الصالحة تنشأ عن التقوى و خشية الله عز و جل و الخوف منه، بامتثال أوامره و اجتناب نواهيه، و هذا ضابط أساسي من ضوابط السلوك الإنساني جميعه، إذ يجعل المسلم المتقي حريصاً على أن يكون قويم السلوك، بعيداً عن المنكرات و المعاصي[6].

---

[1] وزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية، **الموسوعة الفقهية الكويتية**، ط 2، دار السلاسل، الكويت، 1409هـ، (220/31).

[2] الزرقا، **المدخل إلى الفقه**، ص 283/284).

[3] سورة النساء، آية29.

[4] أحمد، **المسند**، (72/5)،(20714)، قال الألباني: صحيح، انظر: الألباني، محمد ناصر الدين، **الجامع الصغير وزيادته**، المكتب الإسلامي، ص 1362.

[5] ابن ماجه، **سنن ابن ماجه**، كتاب: التجارات، باب: بيع الخيار، (737/2)(2185)، قال الألباني: صحيح، انظر: الألباني، **الجامع الصغير وزيادته**، ص409.

[6] هارون، محمد صبري، **أحكام الأسواق المالية**، دار النفائس، الأردن، ط 1، 1419هـ، ص 120.

ويشمل ذلك جميع مجالات التعامل في الأسواق من ذهاب إلى السوق وإياب منه، والجلوس فيها للمبايعة، وكذلك عدم الإيذاء باليد أو باللسان، أو بالعين، والإيذاء باليد يكون بالاعتداء بالضرب، أو يكون بلمس المشتريات، وغير ذلك من صور الإيذاء، والإيذاء باللسان يكون بالشتم، والسب، والغيبة والنميمة، والكذب، والحلف بالباطل، وغير ذلك، والإيذاء بالعين يكون بالنظرة الطامعة، أو المستحقرة، أو الحاسدة، أو الحاقدة[1].

كما لا بد لمن دخل السوق أن لا ينسى ذكر الله عز وجل، لما ورد عن رسول الله- صلى الله عليه و سلم – أنه قال:" من دخل السوق فقال: لا إله إلا الله وحده لا شريك له، له الملك، و له الحمد، يحي و يميت و هو حي لا يموت، بيده الخير وهو على كل شيء قدير، كتب الله له ألف ألف حسنة، و محا عنه ألف ألف سيئة، و رفع له ألف ألف درجة، و بنى له بيتاً في الجنة"[2].

والمسلم لا ينشغل في السوق عن أداء الصلاة في أول وقتها، بل ينبغي لمن دخل السوق أن يتذكر موعد الصلاة إذا حان وقتها، و لا يجوز أن ينشغل بالبيع و الشراء عن الصلاة، أما وقت الجمعة فلا يجوز البيع و الشراء مطلقاً حتى تنتهي الصلاة [3]، لقوله تعالى: (يَـٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُوٓاْ إِذَا نُودِىَ لِلصَّلَوٰةِ مِن يَوۡمِ ٱلۡجُمُعَةِ فَٱسۡعَوۡاْ إِلَىٰ ذِكۡرِ ٱللَّهِ وَذَرُواْ ٱلۡبَيۡعَۚ ذَٰلِكُمۡ خَيۡرٞ لَّكُمۡ إِن كُنتُمۡ تَعۡلَمُونَ)[4].

ثامناً: الوفاء بالعقود:

إذا كانت العقود هي أدوات المعاملات فإن الله – سبحانه وتعالى – أوجب على المسلمين الوفاء بالعقود الصحيحة التي استكملت أركانها وشروطها فقال تعالى:(يَـٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُوٓاْ

[1] القرني، **آداب السوق في الإسلام**، ص 71-72.

[2] الترمذي، **سنن الترمذي**، كتاب: الدعوات عن رسول الله صلى الله عليه وسلم، باب: ما يقول إذا دخل السوق، (491/5)، حديث رقم 3428.قال الألباني: حديث حسن، انظر: الألباني، **الجامع الصغير وزيادته**، (1118/1).

[3] حميش، **حماية المستهلك من منظور إسلامي**، ص 175.

[4] سورة الجمعة، أية رقم 9.

أَوۡفُواْ بِٱلۡعُقُودِۚ)[1]، والعقود عامة تشمل عقود المبايعات، والإيجارات، والزكـــاة، والأوقـــاف، وغيرها[2]، والعقد المشروع المستكمل لشروطه ملزم لعاقديه، واجب التنفيذ، ويتعين الوفاء بـــه، فالعقود الصحيحة إنما أبرمت للتنفيذ، و يظهر أثرها في الواقع في معاملات الناس[3]، حيث يقول ابن جرير الطبري[4] في تفسير هذه الآية:" أي أوفوا بالعهود التي عاهدتموها ربكم، والعقود التي عاقدتموها إياه، وأوجبتم بها على أنفسكم حقوقاً، وألزمتم أنفسكم بها لله فروضاً، فأتموها بالوفاء والكمال والتمام منكم لله بما ألزمكم بها، ولمن عاقدتموه منكم، بما أوجبتموه له بها على أنفسكم، ولا تنكثوها فتنقضوها بعد توكيدها "[5].

فالوفاء بالعقد و العهد ركن من أركان الأمانة و قوام الصدق، في حين أن الخيانة والغدر يفقدان الثقة، و ينزعان الأمانة من نفوس الناس مما يسبب الإخلال بنظام المعاملات وانهياره[6].

تاسعاً: مراقبة الله تعالى:

إن استشعار رقابة الله تعالى هو الضامن و صمام الأمان لتحقيق ما سبق ذكـــره مـــن الضوابط الشرعية للتجارة من صدق ووفاء و اجتناب للغش، فلا ينس التاجر أن معاملته مع الله أولاً، فيجب أن يكون قلبه مع الله مراقباً له في معاملته مع الناس، وهذا هو الذي تكون الدنيا في يده لا في قلبه[7]، ويتحقق فيه قوله – سبحانه وتعـــالى –:(رِجَالٞ لَّا تُلۡهِيهِمۡ تِجَٰرَةٞ وَلَا بَيۡعٌ عَن ذِكۡرِ ٱللَّهِ وَإِقَامِ ٱلصَّلَوٰةِ وَإِيتَآءِ ٱلزَّكَوٰةِ يَخَافُونَ يَوۡمٗا تَتَقَلَّبُ فِيهِ ٱلۡقُلُوبُ وَٱلۡأَبۡصَٰرُ ٣٧

---

[1] سورة المائدة، آية 1.

[2] شبير، **المدخل إلى فقه المعاملات المالية**، ص 20.

[3] هارون، **أحكام الأسواق المالية**، ص 125.

[4] هو: محمد بن جرير بن يزيد بن كثير بن غالب الطبري، ولد في طبرستان، سنة224هـــ، كان أحد أئمة العلم، جمع من العلوم ما لم يشاركه فيه أحد من أهل عصره، له الكثير من المصنفات، منها: تهذيب الآثار، وتفسير جامع البيان، توفي في شوال سنة310هـــ، في بغداد. انظر: الذهبي، أبا عبد الله محمد بن أحمد بن عثمان، ت:748هـــ، **معرفة القـــراء الكبـــار على الطبقات والأعصار**، تحقيق: بشار عواد وآخرون، مؤسسة الرسالة، بيروت، ط1، 1404هـــ،،(266/1).

[5] الطبري، أبو جعفر محمد بن جرير، (ت: 310هـــ)، **جامع البيان عن تأويل آي القرآن**، دار الفكـــر- بيـــروت، ط1، 1405هـــ، (31/6-32).

[6] حميش، **حماية المستهلك من منظور إسلامي**، ص 172.

[7] القرني، **آداب السوق في الإسلام**، ص 75/74.

لِيَجۡزِيَهُمُ ٱللَّهُ أَحۡسَنَ مَا عَمِلُواْ وَيَزِيدَهُم مِّن فَضۡلِهِۦۗ وَٱللَّهُ يَرۡزُقُ مَن يَشَآءُ بِغَيۡرِ حِسَابٍ)[1].

ومن الأمور التي تؤدي إليها مراقبة الله – عز و جل – هي حسن المعاملة، فالدين المعاملة، و يقتضي حسن المعاملة ؛ العدل و عدم الظلم و الإحسان، و المقصود بالعدل أن يحرص التاجر على أخذ الحق، و إعطاء الحق، أما الإحسان فهو الفضل و التسامح، ويتأتى بإنظار المعسر، وعدم التشديد في المطالبة [2]، تصديقاً لقوله تعالى:(وَإِن كَانَ ذُو عُسۡرَةٍ فَنَظِرَةٌ إِلَىٰ مَيۡسَرَةٍ)[3]، و العدل – كما يقول الإمام الغزالي في الإحياء –: يجري في التجارة مجرى رأس المال، كما أن الإحسان يجري مجرى الربح. و لا يعد من العقلاء من قنع برأس المال، و ترك الربح[4]، و معنى ذلك وجوب اقتران العدل بالإحسان.

فإذا غفل الإنسان عن مراقبة الله – عز و جل – له، فإن الحياة تقوم على الاستغلال، وتتحول إلى غابة يأكل القوي فيها الضعيف، و لا يأمن الناس لبعضهم، مع أن الإسلام جاء لتحقيق الأمن و السعادة و الطمأنينة لهم، فالمجتمع الإيماني هو الذي يتحقق فيه الأمن[5]، مصداقاً لقوله تعالى:(ٱلَّذِينَ ءَامَنُواْ وَلَمۡ يَلۡبِسُوٓاْ إِيمَٰنَهُم بِظُلۡمٍ أُوْلَٰٓئِكَ لَهُمُ ٱلۡأَمۡنُ وَهُم مُّهۡتَدُونَ)[6].

عاشراً: إتقان العمل واتباع أرقى الأساليب العلمية في الإنتاج:

إن العمل في الإسلام أمانة و مسؤولية، يقول تعالى:(وَلَتُسۡـَٔلُنَّ عَمَّا كُنتُمۡ تَعۡمَلُونَ)[7]، ويقول – صلى الله عليه و سلم –:" إن الله يحب إذا عمل أحدكم عملاً أن يتقنه "[8]، لذا على

---

[1] سورة النور، آية 37-38.

[2] القرني،**آداب السوق في الإسلام**، ص 72-73.

[3] سورة البقرة، آية 280.

[4] انظر: الغزالي، **إحياء علوم الدين**، (79/2).

[5] القرني،**آداب السوق في الإسلام**، ص 75.

[6] سورة الأنعام،آية رقم 82.

[7] سورة النحل، آية 93.

[8] البيهقي، **شعب الإيمان**، (5312)، (334/4)، قال الألباني: حديث حسن، انظر: الألباني، **الجامع الصغير وزيادته**، ص277.

المسلم أن يتزود في كل ما يباشره من عمل بالأساليب الجديدة التي كشف عنها العلم، و التي تؤدي إلى زيادة إتقان السلعة و تحسينها، و من الأصول الشرعية المقررة أن ما لا يتم الواجب إلا به فهو واجب[1]، و إذا كان من الواجب إتقان العمل و تحسينه، فإن الوسيلة إلى ذلك واجبة وهي البحث العلمي عن كل جديد في طريق الإنتاج و إتباع هذا الجديد،والشريعة الإسلامية الغراء كانت سباقة في هذا المجال حين دعت الناس عامة إلى العمل و إلى إتقان سلعهم، وجعلت ذلك من العبادات و القرب التي يتقرب بها العبد إلى ربه[2]، يقول تعالى:(وَقُلِ ٱعۡمَلُواْ فَسَيَرَى ٱللَّهُ عَمَلَكُمۡ وَرَسُولُهُۥ وَٱلۡمُؤۡمِنُونَ)[3].

إن إتقان العمل هي من الأمور التي تنبع من ضمير الإنسان المسلم، و يشهد عليها رب العالمين، فالإنسان المسلم مسؤول عن عمله و جودته و إتقانه و سلامته من العيوب[4].

والإتقان في المفهوم الإسلامي ليس هدفاً سلوكياً فحسب، بل هو ظاهرة حضارية تؤدي إلى رقي الجنس البشري، و عليه تقوم الحضارات، و يعمر الكون، و تثرى الحياة،، ثم هو قبل ذلك كله هدف من أهداف الدين يسمو به المسلم و يرقى به في مرضات الله و الإخلاص له ؛ لأن الله لا يقبل من العمل إلا ما كان خالصاً لوجهه، و إخلاص العمل لا يكون إلا بإتقانه، فإتقان العمل واجب ديني يأمرنا به ديننا الحنيف، و إن إهمالنا في إتقان وجودة الصناعة أدى بالأمة إلى هذا التراجع الذي نعاني منه،فلن يتحقق لنا الرقي الحضاري و نصبح أمة متبوعة لا تابعة إلا إذا أتقنا العمل و أجدنا في صناعاتنا[5].

*** آثار الالتزام بهذه الآداب و الضوابط على السوق:**

إن التزام الجميع بهذه الآداب و الضوابط و الأخلاق، التي رسمها الإسلام للبيع والشراء، مثل الصدق و السماحة و المحافظة على العقود، و عدم الحلف، و الالتزام بآداب السوق، كل ذلك من شأنه أن يؤدي إلى نتائج طيبة، نلخصها فيما يأتي[6]:

---

[1] الباكستاني، زكريا بن غلام قادر، **أصول الفقه على منهج أهل الحديث**، دار الخراز، ط1، (106/1).

[2] حميش، **حماية المستهلك من منظور إسلامي**، ص 47-48.

[3] سورة التوبة، آية 105.

[4] أبو حمد، **الخطوط الكبرى في الاقتصاد الإسلامي**، ص 125.

[5] حميش، **حماية المستهلك من منظور إسلامي**،ص 46-47.

[6] المصدر السابق، ص 175-176.

1- كفاءة الأداء في العمل و الجودة في الصناعة و التجارة.

2- ضمان أمانة و كفاءة المتعاملين في الأسواق.

3- إرضاء العاملين في الأسواق من بائعين و مشترين، و خاصة في ظل ما يشهده الاقتصاد العالمي من تحرر و انفتاح.

4- تحقيق أهداف العمل التجاري من كسب، و كثرة العملاء، و سمعة طيبة.

5- إن التزام الصدق و السماحة و غير ذلك من أخلاق الإسلام في البيع و الشراء، تجعل السوق مكاناً تحكمه القيم و الأخلاق، و لا تحكمه قوانين العرض و الطلب فقط، و التي تنتفي فيها الأخلاق.

المبحث الثالث

أهداف المنافسة التجارية وأهميتها و شروطها

تضمن هذا المبحث: أهداف المنافسة التجارية وأهميتها وشروطها، فكانت في ثلاثة مطالب:

المطلب الأول: أهداف المنافسة التجارية

تهدف المنافسة التجارية المشروعة إلى ما يلي:

1- تساهم في تجويد السلع و الخدمات، و هذا شيء مفيد جداً للناس.

2- استخدام الموارد الاقتصادية أفضل استخدام.

3- تخفيض الأسعار و العمل على امتصاص الأرباح غير العادية.

4- توزيع و تعميم الأرباح و المكاسب على جميع المتنافسين، فلا يستطيع أحد أن يستأثر بها لوحده.

5- الابتكار و الإبداع التقني و التكنولوجي و الحرية الكاملة للمنتجين لدخول قطاع الصناعات المختلفة.

6- المحافظة على موارد المجتمع، و على معالمه الاجتماعية و السياسية.

7- منع التحاسد و التباغض و التنازع، و نشر مبادئ الإسلام، مثل التراحم و التعاون والإخاء و التسامح.

8- القضاء على الاحتكار[1].

9- التوسع و الانتشار و النمو.

---

[1] حميش، **حماية المستهلك من منظور إسلامي**، ص 217-218.

10- التجديد و التطوير، و الذي يؤدي إلى أنتاج السلع التي تستجيب بدرجة كبيـرة لرغبـات الناس.

11- تحسين المركز التنافسي، و تعظيم الأرباح.

12- قيادة السوق و زيادة المبيعات، بالإضافة إلى حل مشاكل المشترين و الموزعين[1].

13- الغلبة و تحقيق الذات و التفوق المالي و الاقتصادي[2].

بالإضافة إلى أن هدف المنافسة في النظام الاقتصادي يستمد من خصـائص الإسـلام الشرعية، فهو هدف سام لا يقوم على الغش و الكذب و نشـر البيانـات الكاذبـة و الإشـاعة والتغرير، و إنما يقوم على الخير، و إجادة الأعمال، وتحسين المنتجات، و تطـوير الأسـاليب الفنية للإنتاج و ما يتطلب ذلك من وسائل شريفة[3]، فالمنافسة من سنن الفطرة الكونيـة، غايتهـا التفوق في جميع المجالات و الأنشطة مهما كانت طبيعتها [4].

المطلب الثاني: أهمية المنافسة التجارية

تقوم التجارة بدور أساسي في سد حاجات المجتمع، فهي من أوسـع ميـادين النشـاط الإنساني؛ لأنها ترتبط أشد الارتباط بأنواع الأنشطة الأخرى كالزراعة و الصـناعة، ذلـك أن تسويق المنتجات الصناعية لا يتحقق بدون التجارة، و كذلك تسويق المنتجات الزراعية لا يتحقق بدون التجارة[5].

وتظهر أهمية المنافسة في أنها أساس التجارة و عمادها ؛ لأنها تؤدي إلى تحسين الإنتاج وتخفيض الأسعار، وتؤدي إلى نمو التجارة، و توفير أكبر قسط ممكن من الرفاهيـة للمجتمـع

---

[1] النجار، فريد، **المنافسة و الترويج الاقتصادي**، مؤسسة الشباب، الإسكندرية، ص 157.

[2] الغريب، **الاحتكار و المنافسة غير المشروعة**، دار النهضة، القاهرة، 2004م، ط1، ص 54.

[3] سليمان، سناء عبد السلام جابر، **تحقيق التوازن الاقتصادي من منظور إسلامي**، ط1، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2010، ص119 .

[4] محرز، أحمد محمد، **الحق في المنافسة المشروعة**، ص 7.

[5] عبد الباقي، زيدان، **العمل و العمال و المهن في الإسلام**، مكتبة وهبة، القاهرة، 1978م، ص40.

الإنساني إذا انحصرت في حدودها المشروعة ضماناً للمصلحة العامة.[1] فهي تلعب دوراً رئيساً في حياة الشعوب في الوقت الحاضر بجانب الصناعة، لذا فإن للمنافسة قدرة خلاقة تدفع للابتكار وتحفز على الإبداع، وتعمل المنافسة كدافع للتطوير، وحافز للتقدم والازدهار[2]، والتنافس أمـــر مرغوب فيه في المجتمع لما ينتج عنه من بقاء للأصلح من حيث المعاملة، و تقديم السلع الأكثر جودة و الأرخص سعراً، بيد أنه يجب أن تكون هذه المنافسة شريفة تقوم على النزاهة، وأساسها العمل الجاد، [3] وتعمل المنافسة في ميدان التجارة أو الصناعة و تعطي دائماً أطيب النتائج، فـــلا بأس أن يتبارى التجار والمنتجون لنوع معين من السلع في خدمة العملاء وإراحـــتهم، وتـــوفير أفضل الشروط لهم، وإدخال التحسينات على السلع التي ينتجونها أو يبيعونها وبالتالي تؤدي إلى اجتذاب أكبر قدر ممكن من العملاء[4].

فالمنافسة تكون مشروعة بالمسارعة إلى الأعمال الصالحة النافعة في الدنيا والآخـــرة، والسعادة في الدنيا والآخرة، وتعمير الكون على ضوء منهج الله تعالى، فتـــؤدي إلـــى التقـــدم الاقتصادي وازدهاره، ووفرة الإنتاج وتنوعه وتحسينه، وبقاء الأصلح لصالح السوق وأهله.

المطلب الثالث: شروط المنافسة التجارية

كما أن الشرع وضع الضوابط للبيع و الشراء كما سبق، كذلك جعل للمنافســـة التجاريـــة شروطاً وضوابط، ومن ذلك ما ورد في حديث رسول الله – صلى الله عليه و سلم–: "لا تلقـــوا الركبان،و لا يبع بعضكم على بيع بعض، ولا تناجشوا، ولا يبيع حاضر لباد "[5]، فالحرية قاعدة أصلية في النظام الإسلامي، وبالتالي فهي أصل في النظام الاقتصادي، فالحرية الاقتصادية تشمل مجالات مختلفة منها: حرية العمل والإنتاج والتعاقد،ثم حرية السوق التي تمـــارس فيهـــا هـــذه الحريات، فالشارع الحكيم ضمن تحقيق الحرية في ظل قواعد العدالة والطهارة. فحرم الخبائـــث

[1] بو ذياب، سليمان، **القانون التجاري**، ص 177.

[2] الغريب، **الاحتكار والمنافسة غير المشروعة**، ص35-36.

[3] محرز، أحمد محمد، **القانون التجاري**، 1998، ص297.

[4] يونس، علي حسن، **المحل التجاري**، دار الفكر العربي، بيروت، ص 130.

[5] البخاري، **صحيح البخاري**، كتاب: البيوع، باب: هل يبيع حاضر لباد، حديث رقم: (2050)، (757/4).

من السلع، وحرم أكل المال بالباطل، والربا، والاحتكار والغرر والغش والتطفيف، وفي ذلك تحقيق لمصلحة الجماعة و مصلحة الفرد في آن واحد، وتفصيل هذه الشروط كما يلي[1]:

1- وجود عدد كبير نسبياً من البائعين والمشترين في هذه السوق، بحيث لا يستطيع أي بائع أو أي مشتر أن يؤثر في السعر السائد ؛ بسبب زيادة أو نقص الكمية المعروضة أو المشتراة.

2- تجانس وحدات السلع المعروضة عند جميع البائعين لها، وإذا ما حاول أي منهم أن يرفع من سعر سلعته فوق سعر السوق السائد يفقد الطلب على سلعته لصالح الطلب على السلعة المماثلة عند الآخرين، كما أنه لن يحاول تخفيف السعر ؛ لأنه ضد مصلحته ما دامت كفاءته الإنتاجية متساوية وما دام يستطيع أن يبيع في ظل السعر السائد.

3- حرية مطلقة في الدخول والخروج من السوق بالنسبة لجميع البائعين، دون أن يؤدي ذلك إلى التأثير على مستوى الأسعار السائدة. والهدف من هذه الشروط هو إزاحة أي احتمال لوجود احتكار في عرض عوامل الإنتاج، وبالتالي احتكار عرض بعض السلع المنتجة.

4- معرفة تامة بظروف السوق من قبل البائعين والمشترين.

أما شروط المنافسة الحرة فهي[2]:

1- أن يستطيع البائعون و المشترون المنافسة في تحديد الثمن بحرية تامة.

2- أن تكون هناك علانية تامة للعرض و الطلب، فلا يكون ثمة عرض يجهل وجوده المشترون، و لا طلب يجهل وجوده البائعون.

3- ألا يكون هناك اتفاق سابق بين البائعين و بعضهم البعض، أو بين المشترين وبعضهم البعض، يتعهد بمقتضاه الأولون ألا يبيعوا دون ثمن معين، و الآخرون ألا يشتروا فوق ثمن معين.

---

[1] محمد، علي جمعة، **موسوعة الاقتصاد الإسلامي في المصارف و النقود و الأسواق المالية**، (1/379-380).

[2] الجمال، محمد عبد المنعم، **موسوعة الاقتصاد الإسلامي و دراسات مقارنة**، دار الكتاب المصري، القاهرة، دار الكتاب اللبناني، بيروت، ط1، 1980م ص 526.

المبحث الرابع

صور من المنافسة المشروعة و أثرها على السوق

تضمن هذا المبحث صوراً من المنافسة المشروعة و هي: (المزايدة، التقسيط، الدعاية والإعلان، الجوائز) و قد فصلتها في أربعة مطالب على النحو الآتي:-

المطلب الأول: المزايدة وأثرها على السوق

أولاً: تعريف المزايدة لغة:

"زاد زيداً وزيادة أي: نما و كثُر، و جعله يزيد، و نافسه في الزيادة و في ثمن السلعة: زاد فيه على الآخر، و المزاد: موضع المزايدة، و بيع المزاد: البيع الذي يتم بطريق الدعوة إلى شراء الشيء المعروض ليرسو على من يعرض أعلى ثمن"[1].

"و تزايد أهل السوق على السلعة إذا بيعت فيمن يزيد "[2].

يقول صاحب أساس البلاغة[3]:" و تزايد السعر، و تزيد و تزايدوا في ثمن السلعة حتى بلغ منتهاه، و زايد أحد المتبايعين على الآخر مزايدة "[4].

ثانيا: تعريف المزايدة اصطلاحا:

جاء تعريف المزايدة عند الفقهاء على النحو الآتي:

عند الحنفية: " المزايدة: أن ينادي الرجل على سلعته بنفسه أو بنائبه، و يزيد الناس بعضهم على بعض، فما لم يكف عن النداء فلا بأس للغير أن يزيد "[5].

---

[1] مصطفى، **المعجم الوسيط**، (409/1)

[2] الزبيدي، **تاج العروس من جواهر القاموس**، (156/8)

[3] هو: أبو القاسم محمود بن عمر بن محمد الزمخشري، كبير المعتزلة، صاحب الكشاف و المفصل، كان رأسا في البلاغة العربية، وقد برع في الأدب كذلك، توفي ليلة عرفة، سنة538هـ. انظر: الذهبي، أبو عبد الله محمد بن أحمد بن عثمان،(ت:748هـ)، **سير أعلام النبلاء**، تحقيق: شعيب الأرنؤوط وغيره، مؤسسة الرسالة، بيروت، ط9، 1413هـ، (156-151/20).

[4] الزمخشري، أبو القاسم محمود بن عمر بن محمد، وانظر: **أساس البلاغة**، دار الفكر، بيروت، 1979م، (414/1)

[5] السرخسي، شمس الدين، **المبسوط**، دار المعرفة، بيروت، (76/15).

يُفهم من تعريف الحنفية للمزايدة أن صاحب السلعة لا بد له من فتح باب المزاد على سلعته بالإعلان عن ذلك من خلال المناداة و تبقى المزايدة مفتوحة ما دام النداء قائماً، إذ أنه بتوقف النداء يغلق باب المزايدة، و يحوز هذه السلعة من أعطى أعلى ثمن.

عند المالكية:" هي أن يطلق الرجل سلعته في يد الدلال للنداء عليها، فمن أعطى فيها ثمناً لزمه إن رضي مالكها، و له أن لا يرضى و يطلب الزيادة "[1]، " و هي أن ينادي على السلعة و يزيد الناس بعضهم على بعض حتى تقف على آخر زائد فيها"[2] وتسمى عند المالكية بالبيع ممن يزيد[3].

عند الشافعية:" أن يبذل الرجل في السلعة ثمناً فيأتي آخر فيزيد عليه في ذلك الثمن "[4].

عند الحنابلة: اكتفى الحنابلة بذكر جواز المناداة على السلعة للزيادة في ثمنها[5].

التعريف الراجح: يتبين لي من التعريفات السابقة أن تعريف المالكية هو التعريف الراجح وذلك لأنه شمل أطراف المزايدة (المنادي، و المزايد، و السلعة) فقد بين التعريف أن الذي يحوز السلعة هو الذي يعطي أعلى الأثمان، و هو بذلك يشترك مع الحنفية في هذا، و يزيد في إعطاء الخيار للمالك في قبول الثمن أو الاستمرار في فتح باب المزايدة، فإذا قبل مالك السلعة الثمن لزمه ذلك، و لا يصح له إعادة فتح باب المزايدة، و هذا التفصيل انفرد به المالكية على غيرهم، في حين أن الشافعية لم يتوسعوا في ذكر تفاصيل المزايدة، و اكتفى الحنابلة ببيان حكمها الشرعي.

---

[1] النفراوي، أحمد بن غنيم بن سالم المالكي، **الفواكه الدواني على رسالة ابن أبي زيد القيرواني** ، دار الفكر، بيروت، 1415هـ، (72/2).

[2] ابن جزي، محمد بن أحمد الكلبي الغرناطي، **القوانين الفقهية**، (175/1).

[3] الصنعاني، الأمير محمد بن إسماعيل، **سبل السلام شرح بلوغ المرام من أدلة الأحكام**، ط4، تحقيق: محمد بن عبد العزيز الخولي، دار إحياء التراث العربي، بيروت، (1379هـ)، (23/3).

[4] الماوردي، علي بن محمد بن حبيب البصري الشافعي، **الحاوي الكبير**، تحقيق: علي محمد معوض، دار الكتب العلمية، بيروت، 1419هـ، (344/5).

[5] البهوتي، منصور بن يونس بن إدريس، **كشاف القناع عن متن الإقناع** ، تحقيق: هلال مصيلحي هلال، دار الفكر، بيروت، 1402هـ (183/3).

ثالثاً: من أسماء المزايدة في كتب الفقه:

بيع الدلالة[1]، و بيع من يزيد[2]، و بيع الفقراء[3]، و بيع من كسدت بضاعته[4].

رابعاً: ضوابط بيع المزايدة:

1- أن يبتعد البائع عن الغش و الكذب، و يكون صادقاً في وصف سلعته، فعن أبي هريـــرة – رضي الله عنه – قال: سمعت رسول الله – صلى الله عليه و سلم – يقول: "الحلف منفقـــة للسلعة، ممحقة للبركة"[5].

2- أن يكون بعيداً عن النجش[6].

3- عدم المبالغة في تقدير الثمن الأول للمبيع[7].

خامساً: حكم المزايدة:

اختلف الفقهاء في حكم المزايدة على ثلاثة أقوال:-

* **القائلون بالجواز:** ذهب جمهور الفقهـــاء مـــن الحنفيـــة [8]، و المالكيـــة [9]، و الشـــافعية [10]، والحنابلة[11]إلى جواز بيع المزايدة.

---

[1] ابن عابدين، **حاشية ابن عابدين**، (103/5).

[2] الزيلعي، فخر الدين عثمان بن علي، **تبيين الحقائق**، دار الكتب الإسلامي، القاهرة، 1313 هـ، (68/4).

[3] ابن نجيم، زين الدين الحنفي، **البحر الرائق شرح كنز الدقائق**، ط2، دار المعرفة، بيروت، (108/6).

[4] نظام، و آخرون، **الفتاوي الهندية**، دار الفكر، بيروت، 1411هـ،(210/3).

[5] سبق تخريجه،ص 27.

[6] الحطاب، أبو عبد الله محمد بن عبد الرحمن، **مواهب الجليل لشرح مختصر خليل**، ط2، دار الفكر، بيروت، (250/6).

[7] الخرشي، أبو عبد الله محمد بن عبد الله بن علي، **حاشية الخرشي على مختصر سيدي خليل**، 1306هـ، (406/5).

[8] السرخسي، **المبسوط**، (76/15)، نظام، **الفتاوي الهندية** (211/3).

[9] الحطاب، **مواهب الجليل**، (237/4).

[10] الشربيني، محمد الخطيب، **مغني المحتاج إلى معرفة معاني ألفاظ المنهاج**، دار الفكر، بيروت، (50/2).

[11] ابن مفلح، أبو إسحاق إبراهيم بن محمد بن عبد الله، **النكت و الفوائد السنية على مشكل المحـــرر لمجـــد الـــدين ابـــن تيمية**،،ط2، مكتبة المعارف، الرياض،1404هـ، (283/1). وانظر: البهوتي، **كشاف القناع** (183/3). البعلي، بدر الدين أبو عبد الله محمد بن علي، **مختصر الفتاوي المصرية لابن تيمية**، ط2، تحقيق: محمد حامـــد الفقـــي، دار ابـــن القـــيم، السعودية، 1986م، (323/10)

أدلة القائلين بالجواز:

استدل جمهور الفقهاء على مشروعية بيع المزايدة بما يلي:-

1- **من السنة الشريفة:** ما روي عن أنس بن مالك: " أن رجلاً من الأنصار أتى النبي – صلى الله عليه و سلم – يسأله فقال: أما في بيتك شيء؟ قال: بلى حلس نلبس بعضه ونبسط بعضه، و قدح نشرب فيه من الماء، قال: ائتني بهما، قال: فأتاه بهما، فأخذهما رسول الله – صلى الله عليه و سلم – بيده، ثم قال: من يشتري هذين؟ قال رجل: أنا آخذهما بدرهم، قال: من يزيد على درهم؟ مرتين أو ثلاثا، قال رجل: أنا آخذهما بدرهمين، وأعطاهما إياه و أخذ الدرهمين فأعطاهما الأنصاري"[1].

وجه الدلالة: أن الرسول – صلى الله عليه و سلم – حين قال: من يزيد على درهم؟دل ذلك على مشروعية بيع المزايدة، حيث أنه لم يجب من أعطى درهماً واحداً، بل أراد المزيد، و أعطاه لمن زاد و دفع درهمين.

2- **الآثار المروية عن الصحابة و التابعين:**

- ما روي عن عمر – رضي الله عنه – أنه باع إبلاً من إبل الصدقة فيمن يزيد[2].

- ما روي عن المغيرة بن شعبة أنه باع المغانم فيمن يزيد[3].

- وكذلك قال عطاء ابن أبي رباح [4]: أدركت الناس لا يرون بأساً ببيع من يزيد في الغنائم والمواريث[5].

---

[1] أبو داود، **سنن أبي داود**، كتاب: الزكاة، باب: ما يجوز فيه المسألة، (292/2-293)، رقم (1641). أحمد، **المسند** (114/3)، رقم(12155).قال الألباني: ضعيف، انظر: الألباني، **تخريج مشكلة الفقر**، المكتب الإسلامي، ط1، (30/1).

[2] ابن أبي شيبة، **المصنف**، كتاب: البيوع، باب: في بيع من يزيد، (286/4)، رقم(20201).

[3] ابن أبي شيبة، **المصنف**، كتاب: البيوع، باب: ما قالوا في بيع المغنم فيمن يزيد، (287/4)، رقم (20206).

[4] عطاء: هو عطاء بن أبي رباح، تابعي مشهور، وهو مفتي أهل مكة ومحدثهم، ولد في خلافة عثمان، وقيل في خلافة عمر، كان كثير العلم،(ت:114هـ)، انظر: الذهبي: **تذكرة الحفاظ**، ط1، دار الكتب العلمية، بيروت، (98/1).

[5] البخاري، **صحيح البخاري**، كتاب: البيوع، باب: بيع المزايدة، (753/2).

- ما روي عن حماد أنه قال: " لا بأس ببيع من يزيد "[1].

2- الدليل العقلي:

- الحاجة الماسة إليه: إذ أن الشريعة الإسلامية جاءت لتحصيل المصالح للعباد و رفع الحرج والمشقة، وهي شريعة عرفت بالسماحة و اليسر، و أن هذا البيع مما لا يستقيم أمر الناس في معايشهم إلا به[2].

- ولأن البائع عن طريق المناداة لا يقصد رجلاً بعينه، فلا يؤدي ذلك إلى النجش والإفساد[3]، وبهذا يظهر الفرق بين بيع المزايدة الجائز شرعاً، وبين بيع النجش المنهي عنه شرعاً، ولكن إن كان القائم ببيع المزاد يتفق مع الآخرين للدخول فيه، والقيام برفع السعر فيأخذ حكم النجش[4].

- بالإضافة إلى أن عقد البيع يقوم على الإيجاب و القبول، فحين يطرح البائع سلعته ولا يقبل السعر الذي قدمه المشتري و يطلب المزيد فإن البيع لا ينعقد، و إنما ينعقد للمشتري الذي يقدم السعر الذي يقبله البائع، وذلك لتحقق الإيجاب و القبول.

***القائلون بالكراهة:** وهم إبراهيم النخعي[5] و جماعة من الفقهاء[6].

أدلة القائلين بالكراهة :

استدل القائلون بالكراهة بما يلي:

---

[1] ابن أبي شيبة، **المصنف**، كتاب: السير، باب:ما قالوا في بيع المغنم فيمن يزيد، (466/6)، رقم (32970).

[2] قوقازي، نجاتي محمد إلياس، **بيع المزايدة**، ط 1، دار النفائس، الأردن، 2004م، ص 50.

[3] السبكي، علي بن عبد الكافي، **تكملة المجموع شرح المهذب**، مطبعة الإمام، مصر، (17/13).

[4] الفقى، حامد عبده، **بيع النجش في الشريعة الإسلامية**، دار الجامعة الجديدة، 2003، ص 63.

[5] هو: ابراهيم بن يزيد بن قيس، من صغار التابعين، روى عن كبار التابعين، ولا تعرف له رواية عن الصحابة المتأخرين الذين كانوا معه في الكوفة كعمرو بن حريث وأبي جحيفة، توفي سنة96هـ، انظر: الذهبي، شمس الدين محمد بن أحمد، **سير أعلام النبلاء**، تحقيق: شعيب الأرنؤوط، مؤسسة الرسالة، بيروت، ط9، 1413هـ،(520/4-521).

[6] الشوكاني، محمد بن علي بن محمد، **نيل الأوطار من أحاديث سيد الأخيار**، دار الجيل، بيروت، 1973م،(169/5). الصنعاني، **سبل السلام**، (68/5)

- ما ورد أن رسول الله – صلى الله عليه و سلم – نهى أن يستام الرجل على سوم أخيه[1].

وجه الدلالة: أن الحديث نهى عن سوم الرجل على سوم أخيه، و أن بيع المزايدة يدخل تحت باب السوم على سوم الغير.

ويمكن الرد على ذلك بأن بيع المزايدة ليس من السوم المحرم، و بذلك قال الصنعاني، فبعد ذكر حديث السوم قال: " و أما بيع المزايدة و هو البيع ممن يزيد فليس من المنهي عنه"[2]، وبذلك قال ابن حزم في المحلى: " فأما من أوقف سلعته و طلب الزيادة فيها أو طلب بيعاً يسترخصه فليس مساوماً لإنسان بعينه فلا يلزمه النهي"[3].

- ما روي عن سفيان بن وهب[4] قال:" سمعت النبي – صلى الله عليه و سلم – ينهى عن بيع المزايدة.

ويرد عليه بأن الحديث ضعيف لأن فيه ابن لهيعة[5].

* **القائلون بالجواز في الغنائم و المواريث فقط**[6]: وإليه ذهب عطاء والأوزاعي وإسحاق بن راهويه[7] ومجاهد[8].

---

[1] مسلم، **صحيح مسلم**، كتاب النكاح، باب: تحريم الخطبة على خطبة أخيه، (1033/2)، رقم (1413)

[2] الصنعاني، **سبل السلام**، (66/5-67).

[3] ابن حزم، أبو محمد علي بن أحمد بن سعيد الظاهري، **المحلى**، تحقيق، لجنة إحياء التراث العربي، دار الآفاق الجديدة، بيروت، (221/9-222).

[4] سفيان: هو أبو أيمن، سفيان بن وهب الخولاني، له صحبة من الأمراء، حج مع النبي صلى الله عليه وسلم، حجة الوداع، وشهد فتح مصر، وغزا إفريقيا سنة 60هـ، (ت:82هـ)، انظر: الزركلي، **الأعلام**،(105/3).

[5] هو: عبد الله بن لهيعة بن عقبة بن فرعان الحضرمي، أبو عبد الرحمن،(ت:174هـ)، كان مكثرا من الحديث والأخبار والرواية، حدث عنه ابن المبارك وابن وهب وغيرهم قبل أن يكثر الوهم في حديثه وقبل احتراق كتبه، انظر: الذهبي، محمد بن أحمد،**تذكرة الحفاظ**، تحقيق: زكريا عميرات، دار الكتب العلمية، بيروت،ط1، 1419هـ، (174/1).

[6] الطحاوي ، أحمد بن محمد بن سلامة الجصاص ، **مختصر اختلاف العلماء**، ط2، تحقيق: عبد الله نذير أحمد، دار البشائر الإسلامية، بيروت، 1417هـ، (61/3).وانظر: ابن أبي شيبة، أبو بكر عبد الله بن محمد الكوفي، **مصنف ابن أبي شيبة**، ط2، تحقيق: كمال يوسف الحوت، مكتبة الرشد، الرياض،1409هـ، (287/4).

[7] هو: اسحاق بن ابراهيم بن مخلد الحنظلي(ت:238) ، وهو الإمام الكبير، شيخ المشرق، سيد الحفاظ، أبو يعقوب، سمع من ابن المبارك، وارتحل عام184هـ،ولقي الكبار، وكتب عن خلق من أتباع التابعين، انظر، الذهبي، **سير أعلام النبلاء**،(358/11-359).

[8] هو: أبو الحجاج المكي، مجاهد بن جبر، شيخ القراء والمفسرين، روى عن ابن عباس فأكثر وأطاب، وعنه أخذ القرآن والتفسير والفقه،(ت:104هـ)، انظر، الذهبي، **سير أعلام النبلاء**،(449/4).

أدلة القائلين بالجواز في الغنائم و المواريث:استدل القائلون بذلك بما يلي:

- من السنة النبوية:

ما روي عن ابن عمر – رضي الله عنهما– قال: " نهى رسول الله – صلى الله عليه وسلم – عن بيع المزايدة، و لا يبع أحدكم على بيع أخيه إلا الغنائم و المواريث"[1].

ويرد عليه بأن الحديث ضعيف ففيه ابن لهيعة وهو متفق على ضعفه[2].

- من الآثار:

* ما روي عن الحسن و ابن سيرين أنهما كرها بيع المزايدة إلا بيع المواريث و الغنائم[3].

ويرد عليه بأنه قول لبعض التابعين خالف به جمعاً من الصحابة و التابعين.

الرأي الراجح:

يتبين لي أن الراجح هو ما ذهب إليه جمهور الفقهاء من أن بيع المزايدة هو من البيوع المشروعة؛ وذلك لورود حديث صريح عن النبي عليه السلام يدل على جواز بيع المزايدة، والحديث رواه أصحاب السنن الأربعة و اللفظ فيه لأبي داود ورواه النسائي و الترمذي بلفظ مختصر، و قال عنه الترمذي: حديث حسن، في حين أن الأدلة التي استند إليها المخالفون لم تثبت عن النبي عليه السلام، و ما نقل عن التابعين و غيرهم فقد ثبت أنه يفتقد للدليل، كما أنه يؤخذ من كلامهم و يرد.

سادساً: أثر بيع المزايدة على السوق:

يعتبر عقد المزايدة من العقود الشائعة قديماً و حديثاً، و له انتشار واسع على نطاق محلي وعالمي، وقد ازدادت الحاجة إليه في عصرنا الحاضر و توسعت صوره، فبينما سمي

---

[1] الدارقطني، أبو الحسن علي بن عمر البغدادي، **سنن الدار قطني**، تحقيق: السيد عبد الله هاشم يماني المدني، دار المعرفة، بيروت، 1386هـ، كتاب: البيوع، (11/3) رقم (2802).

[2] أحمد، **المسند**، (71/2).

[3] ابن ابي شيبة، **المصنف**، (287/4)،رقم (20204)، كتاب: البيوع، باب: في بيع من يزيد.

قديماً الدلال وبيع الفقراء وبيع من كسدت بضاعته، أصبح العديد من المؤسسات والإدارات الحكومية تعتمد عليه، فجعلت له العديد من الأنظمة و القوانين[1].

والمزايدة في العصر الحديث تستخدم لأغراض و عقود عديدة مثل البيع و الإيجار، فقد يقع البيع عن طريق المزاد إذا رغب البائع نفسه، و كثيراً ما تؤجر الجهات الحكومية مثل وزارة الأوقاف أراضي وعقارات بطريقة المزايدة[2]. بالإضافة إلى العديد من التطبيقات المعاصرة أذكر منها:

*** بيع المزايدة في حراجات السيارات و السلع:**

وهو نوع معاصر من بيوع المزايدة، وقد انتشر في بعض الدول الإسلامية ودول الخليج، والحراجات غير معارض بيع السيارات، فالمعارض تعرض فيها السيارات للبيع الفردي، ولكن هناك علاقة بين أصحاب المعارض والحراج، إذ يقوم صاحب المعرض باستخدام موظفين تابعين لمعرضه لتولي عملية المناداة على السيارات، والسيارات التي ينادى عليها إما لأن أصحابها طلبوا المناداة عليها لتعذر البيع،أو هي مجموعة سيارات مستعملة، ينادي عليها ويفتتح المعرض بمبلغ أولي لا علاقة له بسعر السيارة، وتبدأ المزايدة من الحاضرين حتى تنتهي إلى آخر شخص زاد فإذا قبل صاحبها وقفت المبايعة بورقة خاصة ببيع الحراج العلني، تشتمل على اسم البائع والمشتري وتوقيعهما مع سعي الوسيط، ومقدار العربون المدفوع وقد جرى العرف والعمل في سوق الحراج على أن تباع السيارة بما فيها من العيوب، وأن المشتري يقبلها بما شاهدها، ولا يحق له أن يجري فحصاً عليها، ويسجل هذا في وثيقة الحراج، فإذا انفض المجلس المناداة على ذلك فإن البيع وقع، ويكون لازماً لانتهاء خيار المجلس وهذه الوثيقة التي سجلت عليها المعلومات أصبحت وثيقة معتمدة عند دوائر السير في نقل ملكية السيارة، ويعتبر الأجر الذي يتقاضاه الدلال بمعدل 5.2% من سعر الشراء، و إذا حصل أن فسخ البيع باتفاق الطرفين فإن الدلالة تسقط عن المشتري[3].

---

[1] قوقازي، **بيع المزايدة**، ص 181.

[2] السنهوري، عبد الرازق، **مصادر الحق في الفقه الإسلامي**،دار المعارف، مصر، 1967م، (61/2).

[3] الأطرم، عبد الرحمن بن صالح، **الوساطة التجارية في المعاملات المالية**، ط2، دار اشبيليا، الرياض، 1997م، ص 441.

ويشبه هذا ما تقوم به الحكومات اليوم من بيع السيارات المستهلكة في دوائـــر الدولـــة، والتي تجمع ثم تقرر الدولة إجراء مزاد علني، تعلن عليه في وسائل الإعلان المعاصـــرة، ثـــم يحدد المكان والزمان. وعيوب هذه البيوع أنها تبيع السيارات بالجملة وليس بالمفرد، ولا يسمح بتشغيلها ولا ينظر لمحركها. وكما هو ظاهر فإن بيع المزايدة الذي يتم في حراج السيارات فيه نوع من الغرر الكثير والجهالة المنهي عنها، إذ فيه مخاطرة وغبن فاحش، فقد يظهر أن هـــذه السيارات لا تساوي شيئاً، و قد يظهر أنها تساوي أضعاف قيمتها، وهذا مخالف لشريعة الإسلام، وينبغي للدولة أن تضع طريقة لتجنب هذه المخالفات الشرعية، ويمكن أن يكون مثل هذا البيـــع جائزاً إذا ما تم إظهار مواصفات السيارة من حيث أوصافها كاملة والحالة الميكانيكية، ويكـــون ذلك مدعماً بشهادة من أهل الخبرة والاختصاص في هذا المجال[1].

*** بيع المزايدة في سوق الخضار و الفواكه:**

سوق الخضار والفواكه يتولاه أصحاب مكاتب متخصصة في تسويق الخضار والفواكه وليسوا دلالين متجولين، إذ لا ترخص الحكومات لهذه المكاتب مهنة الدلالة، بل هـــذه المكاتـــب مسجلة في الدوائر الرسمية كالمكاتب التجارية، وفي هذه المكاتب موظفون مهمـــتهم المنـــاداة، وطريقة عمل هذه المكاتب كالآتي[2]:

1- يتفق المزارع مع صاحب العمل ليتولى بيع ما يرسله إليه من انتاجه.

2- يتولى اثنان من الموظفين العمل، أحدهما ينادي و الآخر يسجل البيع.

3- يتولى المكتب قبض الثمن ومن ثم يقوم بمحاسبة المزارع بعدها _ أي أن المكتب مفـــوض من قبل الفلاح بكل شيء -.

4- هناك حالات يتولى المزارع نفسه البيع و يستخدم موظفين من المكاتب و سبب ذلـــك أنـــه يريد تحديد السعر بنفسه ويقوم بإعطاء الموظف أجره.

---

[1] قوقازي، **بيع المزايدة** ص183.

[2] الأطرم، **الوساطة التجارية**، ص 448-449.

والعرف السائد أن لا يزيد أجر السعي عن 5%، و السعي يدفعه المزارع.

أما إذا وجد عيب في السلعة من فساد أو غش في التعبئة و نحو ذلك، فهل يثبت خيار العيب للمشتري أم لا؟

ذهب جمهور الفقهاء إلى أن هذا الخيار يثبت في حق المشتري، فإما أن يرد المشتري السلعة و يسترد الثمن و إما أن يمضي البيع، فإن اختار الأولى ورد السلعة تعاد المناداة على البضاعة بوضعها الجديد مع حسم من ثمنها[1].

المطلب الثاني: البيع بالتقسيط وأثره على السوق

من القضايا التي تواجه الإنسان على الدوام، المعاملات المالية، و البيوع من أكثر ميادين التعامل تداولاً إذ لا يستغني عنها الإنسان في أغلب حياته اليومية، لذا نراها قد حظيت باهتمام الفقهاء قديماً و حديثاً، والبيع بالتقسيط أحد هذه البيوع[2]، حيث سأتناول في هذا المطلب هذا النوع من البيوع موضحة المقصود به، و مبينة آراء الفقهاء فيه.

تعريف البيع لغة و اصطلاحاً:

***البيع لغة:**" باع الشيء يبيعه بيعاً، وأباع الشيء عرضه للبيع،و استباعه سأله أن يبيعه منه، والإبتياع تأتي بمعنى الإشتراء [3]،" والبيع يطلق على المبيع، ويطلق على كل واحد من المتعاقدين أنه بائع "[4]، " والبيع. إعطاء شيء في مقابلة شيء، أو مقابلة شيء بشيء"[5].

---

[1] انظر: النووي، أبو زكريا يحيى بن شرف، **منهاج الطالبين وعمدة المفتين**، دار المعرفة، بيروت، (47/1). المرغيناني، أبو الحسن علي بن ابي بكر بن عبد الجليل الرشداني، **الهداية شرح بداية المبتدي**، المكتبة الإسلامية، (35/3). ابن قدامة، **المغني** (258/4). ابن حزم، **المحلى**، (574/7).

[2] الدبو، إبراهيم فاضل، **الاقتصاد الإسلامي دراسة وتطبيق**، ط1، دار المنهاج، الأردن، 2008م، ص 141.

[3] الرازي، محمد بن أبي بكر بن عبد القادر، **مختار الصحاح**، تحقيق: محمود خاطر، مكتبة لبنان، بيروت، 1415هـ، (29/1).

[4] الفيومي،أحمد بن محمد بن علي المقري، **المصباح المنير في غريب الشرح الكبير للرافعي**، المكتبة العلمية، بيروت، (69/1).

[5] الحطاب، **مواهب الجليل**، (222/4).

* **البيع اصطلاحاً**:"هو مبادلة المال بالمال"[1]. والمال لا يشترط فيه النقد وحسب فكل ما يباع يعد مالاً.

* **مفهوم التقسيط:**

- **التقسيط لغة:** من معاني التقسيط في اللغة ما يلي:

"يقال قسط الشيء بمعنى فرقه و جعله أجزاء، والدين جعله أجزاء معلومة تؤدى في أوقات معينة"[2]، "وتقسطوا الشيء بينهم أي اقتسموه بالسوية "[3]، "وقسط الدين أي جعله أجزاء من القسط وهو الحصة والنصيب و جمعه أقساط "[4].

- **التقسيط اصطلاحاً:**

"هو تأجيل أداء الدين مفرقاً إلى أوقات معينة "[5].

"والثمن المقسط هو ما اشترط أداؤه أجزاء معلومة في أوقات معينة "[6] أي هو "البيع الذي يعجل فيه المبيع، و يؤجل الثمن إلى أقساط معلومة لآجال معلومة"[7].

وهو كذلك: أخذ مبلغ مؤجلاً منجماً في كل شهر دفعة، أو حسب ما يتفق البائع والمشتري عليه.

---

[1] آبادي، محمد شمس الحق العظيم، **عون المعبود شرح سنن أبي داود**، ط2، دار الكتب العلمية، بيروت، 1995م، (124/9). القاري، علي بن سلطان بن محمد، **مرقاة المفاتيح شرح مشكاة المصابيح**، ط1، تحقيق: جمال عيتاني، دار الكتب العلمية، بيروت، 1422هـ، (3/6)،الكاساني، علاء الدين، **بدائع الصنائع في ترتيب الشرائع**، ط2، دار الكتاب العربي، بيروت،1982م، (184/5).

[2] ابراهيم وآخرون، **المعجم الوسيط**، (734/2).

[3] الزبيدي، **تاج العروس**، مادة قسط،(4970/1).

[4] الفيومي، **المصباح المنير**، ص 606.

[5] حيدر، علي، **درر الحكام شرح مجلة الأحكام**، تحقيق: فهمي الحسيني، دار الكتب العلمية، بيروت، (110/1). البركتي، محمد عميم الإحسان المجدوي، **قواعد الفقه**، الصدف، كراتشي، 1407هـ، (234/1).

[6] حيدر، **درر الحكام**، (75/1).

[7] المصري، رفيق يونس، **المصارف الإسلامية**،ط 1، 1995م، ص 27.

- **التقسيط قانوناً:**

جاء تعريف التقسيط في القانون على أنه: " العقد الذي يكون موضوعه الاستيلاء على شيء في مقابل دفع أقساط معينة في مدة معينة، يصبح المشتري في نهايتها مالكاً للشيء"[1]، "وهو أحد ضروب البيع الائتماني الذي يشترط فيه أن يكون سداد الثمن على أجزاء متساوية ومنتظمة خلال فترة معقولة من الزمن"[2].

فلفظ التقسيط إذا أطلق فإنه يراد به دفع الدين المستحق على دفعات، نظير الحصول على السلعة بشرط المعلومية سواء كان الأمر بالنسبة للأجل أو القسط، كما يلاحظ مدى ارتباط القسط بالدين[3].

صورة هذا البيع:

تتم صورة بيع التقسيط بالشكل التالي: يقصد المستهلك إلى صاحب متجر بقصد شراء حاجة ما، فيخبره صاحب السلعة بثمنها إذا أراد أن يدفعه حالاً وثمنها إذا أراد دفعه مجزءاً، وهو بطبيعة الحال أعلى من الثمن الحال، لأن البائع في هذه الحالة يحسب لتأخير الثمن حسابه، بمعنى أنه يزيد في ثمن السلعة مقابل تأجيل دفع الثمن، و من دوافع زيادة البائع في الثمن مقابل التقسيط:

1- خوف البائع من إفلاس المشتري في المستقبل أو وفاته، و عندئذ يفوت عليه رأس المال، وخسارته في هذه الحالة محققة.

2- إن عدم دفع الثمن في الحال يفوت عليه استغلاله في أعماله التجارية مما يحرمه من فوائد ربح هذا الجزء من المال[4].

---

[1] سلطان، أنور، **العقود المسماه شرح عقدي البيع و المقايضة**، ص 28.

[2] أبو الليل إبراهيم دسوقي، **البيع بالتقسيط و البيوع الائتمانية الأخرى**، ط 1، 1984.ص 19

[3] الجنيدل، حمد بن عبد الرحمن، و أبو دية، إيهاب حسين، **الاستثمار و التمويل في الاقتصاد الإسلامي** ط1، دار جرير، 2009م، (67/1).

[4] الدبو، **الاقتصاد الإسلامي دراسة و تطبيق**، ص 143-144

والبيع بالتقسيط هو بيع بالدين، و ذلك لأن البائع يسلم المبيع معجلا، ويسلم المشتري الثمن كله أو بعضه مؤجلا، أي قد تكون هناك دفعة مقدمة، والباقي يدفع في أجل محدد أو آجال محدودة، فالثمن المؤجل هو دين للبائع في ذمة المشتري.[1]

حكم بيع التقسيط: للفقهاء في هذا البيع قولان:

القول الأول: الجواز

وبه أخذ جمهور الفقهاء[2] من الحنفية والمالكية والشافعية والحنابلة، و ذلك بشرط أن يكون المتبايعان قد استقرا على ثمن معين، أما إذا كان الثمن مبهماً فلا يصح البيع، علماً بأن الفقهاء القدامى لم يذكروا بيع التقسيط كمصطلح، وإنما تكلموا عن بيوع الآجال، وبيع التقسيط يعتبر فرعاً منها. ومن أقوال العلماء في ذلك:

ما جاء في المبسوط:" وإذا عقد العقد على أنه إلى أجل بكذا وبالنقد بكذا، أو قال إلى شهر بكذا، أو إلى الشهرين بكذا،فهو فاسد ؛ لأنه لم يقاطعه على ثمن معلوم،.. فإن كانا يتراضيان بينهما و لم يفترقا حتى قاطعه على ثمن معلوم، وأتما العقد عليه، فهو جائز، لأنهما ما افترقا إلا بعد تمام شروط الصحة "[3].

---

[1] السبحي، محمد عبد ربه محمد، **القول البسيط في حكم البيع بالتقسيط**، دار الجامعة الجديدة، 2008م، ص 75.

[2] انظر: الحطاب، **مواهب الجليل**، (365/4). المرداوي، أبو الحسن علي بن سليمان، **الإنصاف في معرفة الراجح من الخلاف**، تحقيق: محمد حامد الفقى، دار إحياء التراث العربي، بيروت، (350/4).السرخسي، **المبسوط** (28/13).ابن قدامة، **المغني** (259/4). الدسوقي، شمس الدين محمد عرفة، **حاشية الدسوقي على الشرح الكبير للدردير**، مكتبة الباجي، القاهرة، (58/2). السمرقندي، علاء الدين، (ت: 529هـ)، **تحفة الفقهاء، دار الكتب العلمية**- بيروت، (طبعة سنة 1405هـ/ 1984م)، (46/2). الكاساني، **بدائع الصنائع**، (187/5). القرطبي، ابن رشد أبو الوليد مجد بن محمد، **بداية المجتهد و نهاية المقتصد**، دار الفكر، بيروت (108/2). الغزالي، أبو حامد محمد بن محمد الطوسي، **الوجيز في فقه الشافعي**، دار الكتب العلمية، بيروت، (85/1). ابن تيمية، تقي الدين أبي العباس أحمد بن عبد الحليم الحراني، **مجموعة فتاوي ابن تيمية**،دار الفكر، بيروت،1403هـ، (499/29).

[3] السرخسي، **المبسوط** (28/13).

ونقل عبد الرازق في مصنفه عن الزهري وطاووس وقتادة و سعيد ابن المسيب أنهم قالوا:" لا بأس بأن يقول أبيعك هذا الثوب بعشرة إلى شهر، أو بعشرين إلى شهرين، فباعه على أحدهما قبل أن يفارقه فلا بأس به"[1].

وجاء في مصنف ابن أبي شيبة عن ابن عباس أنه قال:" لا بأس أن يقول في السلعة هي بنقد كذا، وبنسيئة كذا،ولكن لا يفترقان إلا عن رضى"[2].

أدلة القائلين بالجواز:

1- أن صورة هذا البيع تدخل في عموم كثير من الآيات الكريمة التي تجيز البيوع، ومنها:

* قوله تعالى:(وَأَحَلَّ ٱللَّهُ ٱلۡبَيۡعَ وَحَرَّمَ ٱلرِّبَوٰاْ)[3]، وهو نص عام يدل على جواز البيوع بأجمعها، إلا التي ورد النص بتحريمها، فإنها تصبح حراماً بالنص مستثناه من العموم، ولم يرد نص يقتضي بتحريم جعل ثمنين للسلعة ثمن معجل و ثمن مؤجل، فيكون حلالاً أخذاً من عموم الآية[4].

* قوله تعالى:" إلا أن تكون تجارة عن تراض منكم "، و إن من أعمال التجارة البيع بالنسيئة، ولا بد أن تكون له ثمرة، وتلك الثمرة داخلة في باب التجارة، وليست داخلة في باب الربا، والرضا ثابت ؛ لأن البيع المؤجل طريق من طرق ترويج التجارة، فهو إجابة لرغبة و ليس اضطراراً، إذ يقصد البائع من هذه الزيادة تلافي ما قد يصيب الدين من آفات، كما أن المشتري قد تسلم العين دون أن يدفع ثمناً مقابلها في الحال، فهو قد تسلم عيناً مغلة منتفعاً بها و هي موضع اتجار، فما يأخذه البائع من زيادة في الثمن بسبب التأجيل، إنما يأخذه ثمن غلة [5]، أي أن

---

[1] عبد الرزاق، **المصنف**، كتاب: البيوع، باب: البيع بالثمن إلى أجلين،(136/8)،(14626).

[2] ابن ابي شيبة، **المصنف**، كتاب: البيوع، باب: الرجل يشتري من الرجل المبيع فيقول: إن كان بنسيئة فبكذا، وإن كان نقدا فبكذا، (307/4)، (20453).

[3] سورة البقرة، أية رقم 275

[4] ابن تيمية، **فتاوي ابن تيمية** (499/29)، الشوكاني، **نيل الأوطار** (173/5)

[5] الدبو،**الاقتصاد الإسلامي**، ص 155.

الرضا متحقق في هذا البيع، وأن الذي تسلم العين دون ثمن حال قد تسلم العين منتفعاً بها، و هذا لاينافي الرضا[1].

2- **من السنة** الشريفة: وردت في السنة عدة أحاديث تدل على أن الشارع الحكيم قد سوغ جعل المدة عوضاً عن المال، و أنه يجوز أن يختلف الثمن المؤجل عن الثمن المعجل بإضافة زيادة على المؤجل، ومنها:

* ما ورد عن النبي – صلى الله عليه و سلم –: " أنه أمر عبد الله بن عمرو بن العاص أن يجهز جيشاً، فكان يشتري البعير بالبعيرين إلى أجل "[2].

وجه الدلالة: الحديث واضح الدلالة على جواز أخذ زيادة على الثمن نظير الأجل.

* ما روي عن ابن عباس – رضي الله عنهما –: أن النبي –صلى الله عليه و سلم – لما أمر بإخراج بني النضير جاء ناس منهم إلى النبي – صلى الله عليه و سلم – فقالوا: يا نبي الله، إنك أمرت بإخراجنا و لنا على الناس ديون لم تحل، فقال عليه السلام:"ضعوا و تعجلوا "[3].

وجه الدلالة:يدل الحديث على أنه لو بيع شيء بالنسيئة، و اضطر المشتري للسداد قبل الاستحقاق، يجوز تخفيض الثمن بمقدار يتكافىء مع المدة التي تفصل تاريخ السداد الفعلي عن تاريخ الاستحقاق، فإنه جاز التخفيض لقاء التعجيل[4].

يقول السياغي[5] بعد ذكره لهذه الرواية:" لما كان الوضع لأجل التعجيل ثبت أنه في مقابل عدم استيفاء مدة الأجل، فيكون تأخير الأجل في مقابل الزيادة في المال مثله سواء لا بأس به "[6].

---

[1] الهيثمي، عبد الرزاق رحيم، **المصارف الإسلامية بين النظرية والتطبيق**، ط1، دار أسامة، الأردن،1998م، ص552.

[2] البيهقي، **سنن البيهقي الكبرى**، باب: بيع الحيوان و غيره مما لا ربا فيه، (287/5)، رقم 10309. قال الألباني: حسن الإسناد ، انظر: الألباني، **إرواء الغليل**،(207/5).

[3] الحاكم، محمد بن عبد الله النيسابوري، **المستدرك على الصحيحين**، تحقيق: مصطفى عبد القادر عطا، دار الكتب العلمية، بيروت،1411هـ، 1990م، كتاب: البيوع،(61/2)،رقم (2325).قال الحاكم: هذا حديث صحيح الإسناد.

[4] ابن عابدين، **حاشية ابن عابدين**(757/5).

[5] هو: الحسين بن أحمد بن الحسين (ت: 1221هـ)، فقيه من فضلاء الزيدية في اليمن، ولد وتوفي في صنعاء، له من الكتب: الروض النضير، و المزن الماطر على الروض الناضر في آداب المناظر، انظر: الزركلي، **الأعلام**، (232/2).

[6] السياغي، شرف الدين الحسين بن أحمد بن علي الصنعاني، **الروض النضير شرح مجموع الفقه الكبير**، دار الجيل، بيروت، (527/3).

*ما ورد عن رسول الله- صلى الله عليه وسلم- أنه قال: " من أسلف في شيء ففي كيل معلوم، ووزن معلوم، إلى أجل معلوم "[1].

وجه الدلالة: دل الحديث على جواز بيع النسيئة (وهو بيع مؤجل الثمن) يعني جواز بيع التقسيط،لأن هذا البيع ليس إلا بيعاً مؤجل الثمن، غاية ما فيه أن ثمنه مقسط إلى أقساط، لكل قسط منها أجل معلوم[2].

3- **من المعقول:** حيث أن الأصل في الأشياء والعقود والشروط الإباحة متى تمت برضى المتعاقدين الجائزي التصرف في ما تبايعا، إلا ما ورد عن الشرع ما يبطله، ولما لم يرد دليل قطعي على تحريم البيع بالتقسيط، فيبقى على الأصل وهو الإباحة، ومن ادعى الحظر فعليه الدليل. بل قد ورد العكس في ذلك، فقد نص الشارع على الوفاء بالعقود والشروط والمواثيق، وإذا كان الوفاء ورعاية العهد مأموراً به، علم أن الأصل صحة العقود والشروط،، إذ لا معنى للصحيح إلا ما ترتب عليه أثره وحصل به مقصوده، ومقصود العقد هو الوفاء به، فإذا كان الشارع قد أمر بمقصود العقود، دل على أن الأصل فيها الصحة والإباحة[3]، وفي ذلك يقول ابن تيمية:" فإنه يدل على جواز البيع بالتقسيط، فالمسلمون لا يزالون يستعملون مثل هذه المعاملة، وهو كالإجماع منهم على جوازها "[4].

وكذلك فإن للأجل حصة من الثمن، ولهذا تزاد قيمة ما يباع بثمن مؤجل على ما يباع بثمن حال، فما دام البائع قد حدد الثمن وعينه لمن يشتري بثمن حال، وحدد الثمن وعينه لمن يشتري بثمن مؤجل، وقد اختار المشتري الشراء بأحد الثمنين، فالبيع صحيح شرعاً، ولا شبهة للربا فيه[5]. إذ العقد مع تأجيل الثمن عقد قائم بذاته ينظر إليه من حيث سلامة العقد وليس فيه أي شائبة للربا من غير نظر إلى غيره من العقود الأخرى، وهذه النظرة تجعل العقد صحيحاً بذاته،

---

[1] سبق تخريجه، ص16.

[2] المصري، **بيع التقسيط**، ص15.

[3] ابن تيمية، **مجموع فتاوي ابن تيمية**(125/29).

[4] المصدر السابق، (499/29).

[5] الهيثمي، **المصارف الإسلامية**، ص 554.

وكون البيع معجلاً بعقد آخر بثمن أقل لا يؤثر في العقد الأول ؛ لأنهما عقدان متغايران يتميز كل واحد منهما عن صاحبه[1].

القول الثاني: التحريم:

ذهب إلى ذلك بعض فقهاء السلف، ومنهم زين العابدين علي بن الحسين، والناصر والمنصور بالله، والهادية، والإمام يحيى[2]، وبهذا قال أبو بكر الجصاص[3]، وهو مذهب الظاهرية[4].

وجهة نظر القائلين بالحرمة: أن الزيادة في الثمن نظير الأجل، كالزيادة في الدين نظير الأجل، فكما أن الزيادة الأخيرة تعتبر ربا، كذلك الأولى[5].

أدلة القائلين بالتحريم: استدل أصحاب هذا الرأي بأدلة من الكتاب و السنة والقياس:

1- من الكتاب: استدلوا بالآيات نفسها التي استدل بها المجيزون، منها:

* قوله تعالى: (وَأَحَلَّ ٱللَّهُ ٱلۡبَيۡعَ وَحَرَّمَ ٱلرِّبَوٰاْ)[6]، الآية تفيد تحريم البيوع التي يؤخذ منها زيادة مقابل الأجل لدخولها في عموم كلمة الربا[7].

* قوله تعالى: (يَـٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُواْ لَا تَأۡكُلُوٓاْ أَمۡوَٰلَكُم بَيۡنَكُم بِٱلۡبَٰطِلِ إِلَّآ أَن تَكُونَ تِجَٰرَةً عَن تَرَاضٖ مِّنكُمۡ)[8]، فهذه الآية جعلت الرضا شرطاً لحل الكسب و الربح في المبادلات التجارية، إلا إذا كان ذلك الكسب حراماً و أكلاً لأموال الناس بالباطل، وعامل الرضا

---

[1] الدبو، **الاقتصاد الإسلامي**، ص 157.
[2] الشوكاني، **نيل الأوطار** (152/5).
[3] الطحاوي، **مختصر اختلاف العلماء**، (186/2).
[4] ابن حزم، **المحلى**، (15/9).
[5] الدبو، **الاقتصاد الإسلامي**، ص150
[6] سورة البقرة، آية (275).
[7] أبو زهرة، محمد، **الإمام زيد- حياته وعصره-آراءه وفقهه**، دار الفكر العربي، بيروت، ص 290.
[8] سورة النساء، آية رقم 29.

غير متوفر في البيع بالتقسيط، لأن البائع مضطر للإقدام عليه ترويجـــاً للســلعة، والمشـــتري مضطر له رغبة في الحصول على السلعة التي تمس حاجته إليها و لا يملك ثمنها حالاً، فيرغم على دفع الزيادة مقابل الأجل[1].

2- **من السنة الشريفة:**

* ما ورد عن ابن مسعود – رضي الله عنه – قال: " نهى رسول الله – صلى الله عليه و سلم – عن صفقتين في صفقة واحدة " [2]، وهو أن يبيع الرجل فيقول: هو بنساء كذا، وهو بنقــد بكــذا وكذا[3].

* ما روي عن أبي هريرة – رضي الله عنه – " من باع بيعتين في بيعــة، فلــه أوكســهما أو الربا"[4]، فهذا يفيد أنه لا يجوز للبائع أن يبيع سلعته بأكثر من سعر يومها تجنباً للوقوع في ربـــا النسيئة، حيث يقول صاحب الروضة الندية:" فهذان الحديثان –حديث ابن مسعود وحديث أبـــي هريرة – قد دلا على أن الزيادة لأجل النساء ممنوعة"[5]، و أن هذة الزيادة بسبب الأجل، والزيادة لهذا السبب خالية عن العوض فتنطبق عليها كلمة الربا، و تندرج تحت التحريم[6].

3- استدلوا بالقياس: حيث قاس أصحاب هذا الرأي زيادة الثمن مقابل زيادة المدة، على إنقاص الدين عن المدين مقابل تعجيل الدفع، فلا فرق بين أن تقول سدد الدين أو نزد فيه نظير الأجـــل، وأن تبيع بزيادة في الثمن لأجل التأجيل، فالمعنى فيهما جميعاً أن الأجل له عوض، وهو بمعنى الربا، فقد قال الجصاص:" حظر أن يؤخذ للأجل عوض فإذا كانت عليه ألـــف درهـــم مؤجلـــة

---

[1] أبو زهرة، **الإمام زيد** ص 294.

[2] الهيثمي، علي بن أبي بكر،(ت:807هـــ) **مجمع الزوائد ومنبع الفوائد**، دار الكتـــاب العربـــي، بيـــروت،ط2، 1967م، (84/4). قال الألباني: حسن، انظر: الألباني، **إرواء الغليل**، المكتب الإسلامي، بيروت، ط2، 1405هـــ،(149/5).

[3] الشوكاني، **نيل الأوطار** 152/5، الهيثمي، **مجمع الزوائد**، (84/4).

[4] أبو داود، **سنن أبي داود**، كتاب: البيوع، باب: فيمن باع بيعتين في بيعـــة،(274/3)،(346). قـــال الألبـــاني: حســـن، انظر:الألباني، **الجامع الصغير وزيادته**، ص1107.

[5] القنوجي، أبو الطيب بن حسن بن علي الحسيني البخاري، **الروضة الندية شرح الدرر البهية**، ط2،1988م، (156/2).

[6] الدبو، **الاقتصاد الإسلامي**، ص151.

فوضع عنه على أن يعجله، فإنما جعل الحط بحذاء الأجل، فكان هذا هو معنى الربا الذي نـــص الله تعالى على تحريمه"[1].

مما سبق يتبين أن عمدة أدلة القائلين بعدم جواز بيع التقسيط هو أن ذلك ضرباً من الربا المحرم، ومستندهم الرئيسي في ذلك أن الزيادة في الثمن هي في مقابل الأجل، والأجــل لــيس بالشيء الذي يستحق عوضاً فتكون زيادة بلا عوض، وهو عين الربا الذي نهى الشـــرع عنـــه وحرمه[2].

وجه الخلاف: من خلال أدلة الطرفين يبدو أن السبب الأساسي للخلاف هو هل تعد الزيادة فـــي مقابل الاجل كالزيادة في الدين في نظير الأجل أم لا تعد؟ فالذين قاسوا الزيادة في مقابل الأجل على الزيادة في الدين في نظير الأجل، و جعلوها صورة واحدة، قالوا بالتحريم، وأمـــا الـــذين فرقوا بينهم فقالوا بالحل[3].

الرأي الراجح: بعد استعراض أدلة الطرفين، يتبين لي أن الرأي الأول – رأي الجمهور – وهو الجواز هو الرأي الراجح، و ذلك للأسباب الآتية:

* أن ما يهدف إليه القائلون بحرمة هذا البيع هو خشية الوقوع في الربا، مع العلم بـــأن هنـــاك فروقاً جوهرية بين الربا و البيع بالنسيئة من أهمها:

1- الزيادة في الدين هي زيادة أحد المتساويين على الآخر، أما الزيادة في بيع الأجل فهي زيادة بين شيئين مختلفين، السلعة و ثمنها.

2- أن الأجل في الربا يخصص له جزء معين من المال، وأما بيع الأجل فإن الأجــل يكـــون مراعى في تقدير الثمن.

---

[1] الجصاص، أبو بكر أحمد بن علي الرازي، **أحكام القرآن**، تحقيق: محمد الصادق قمحاوي، دار إحياء التراث العربـــي، بيروت، 1405هـــ، (186/2).

[2] الإبراهيم، محمد عقلة، **حكم بيع التقسيط في الشريعة و القانون**، ط1، مكتبة الرسالة الحديثة،الأردن،1987م، ص 92.

[3] أبو زهرة، **الإمام زيد**، ص 294.

3- أنه في حالة البيع الآجل يخير المشتري بين الشراء بثمن أقل نقداً، أو أكثر مؤجلاً، بخلاف الربا فإنه لا تخيير فيه.

4- أن الثمن في البيع لا تحدث فيه زيادة، حتى لو ماطل المشتري في الدفع عند حلول الأجل، فليس للبائع إلا الثمن المتفق عليه، بخلاف الربا، فإن الزيادة فيه تستمر وتكون تصاعدية عند تأخير الدفع[1].

5- أن الزيادة المحظورة في مقابل المدة إنما منعها الشارع إذا كانت ابتداءً، كما كان عليه أمر الجاهلية في قولهم:" إما أن تقضي و إما أن تربي "، و أما إذا كانت تابعة للعقد كما في مسألتنا هذه فهو من البيوع المباحة و لو زاد على سعر يومه.

* أن المصلحة تقتضي ذلك، فمن المعروف أن كثيراً من الناس يتعذر عليهم شراء بعض السلع، لا سيما ذات الأسعار العالية إلا عن هذا الطريق، فلو أخذنا برأي القائلين بالمنع لألحقنا الضرر بفئة كبيرة من المجتمع و هم أصحاب الدخل المحدود، و ربما تكون هي الفئة الغالبة فيه، فمن الأولى أن نجيز مثل هذا التعامل دفعاً للحرج عنهم و لتذليل سبل العيش أمامهم[2]، كما أن البائع إن لم يكن له الحق في بيع سلعته نسيئة بسعر أعلى من سعر النقد، فإنه سوف لا يبيعها إلا نقداً، وهذا من شأنه أن يؤدي إلى حصول ركود في حركة البيع و الشراء في السوق، هذا و قد قامت بعض المصارف الإسلامية باستثمار أموالها عن طريق البيع الآجل، فنجحت بذلك، حيث أنها أخذت تبيع سلعتها بربح ضئيل، فقطعت بذلك الطريق أمام الجشعين من التجار الذين لا يرحمون المحتاجين، بل يستغلون حاجتهم و عوزهم[3].

فقد جاء في أعلام الموقعين:" أن النهي عن البيع بخمسين حالة أو بمائة مؤجلة، فهي ليست قماراً ولا جهالة ولا غرر ولا شيئاً من المفاسد، فإن البائع خير المشتري بين أي الثمنين شاء، وليس هذا بأبعد من تخييره بعد البيع بين الأخذ والإمضاء ثلاثة أيام "[4].

---

[1] الهيثمي، **المصارف الإسلامية**، ص 558.

[2] الدبو، **الاقتصاد الإسلامي**، ص 158-160.

[3] الهيثمي، **المصارف الإسلامية**، ص 559.

[4] ابن قيم الجوزية، شمس الدين أبو عبد الله محمد بن أبي بكر، **إعلام الموقعين عن رب العالمين**، دار الفكر، بيروت، ط2، 1977م،(132/2).

أثر هذا البيع على السوق:

يظهر أثر هذا البيع على السوق من خلال أثره على كل من البائع والمشتري:

1- فالبائع يزيد في مبيعاته، ويعدد من أساليبه التسويقية، فيبيع نقداً وتقسيطاً. ويستفيد في حال التقسيط من زيادة الثمن لأجل التقسيط، و إذا لم تكن فيه زيادة للأجل كان كالقرض يثاب فيه البائع على إحسانه.

2- والمشتري يستطيع الحصول على السلعة، والاستمتاع باستهلاكها أو استعمالها، قبل أن يمكنه دخله أو ثروته من ذلك. وهو بدلاً من أن يدخر ثم يشتري بالنقد، فإنه يشتري بالتقسيط، فيتعجل السلعة و يسدد ثمنها نجوماً.[1] فهو يناسب أصحاب الدخول القليلة و الثابتة من صغار الموظفين و العمال، و الشباب المتخرجين حديثاً، خاصة الراغبين في تأسيس مشروعات إنتاجية، و تأثيث بيوت الزوجية، في ظل ارتفاع الأسعار، و ندرة الوظائف، وزيادة نسبة البطالة، فيقتطعون جزءاً من دخلهم لسداد الأقساط المستحقة، و هذا يجعلهم قادرين على التوفير و الادخار.،و بشكل عام فإنه يساعد على تنشيط حركة التجارة، وارتفاع معدلات البيع، وزيادة القدرة على الإنتاج، مما يسهم ولو جزئياُ في القضاء على الركود الاقتصادي، والانكماش التجاري، وهذا بدوره يعمل على توفير فرص عمل جديدة، ويقلل من زيادة العاطلين، ويقضي على جانب من البطالة، وكذلك يتفق مع طبيعة الإنسان في حب التملك، ويحقق له الرغبة في الملكية والحيازة والانتفاع، مع مراعاة حالته المالية، فلا يطالب بدفع الثمن نقداً دفعة واحدة، مما يرهق ميزانيته، أو يضطره إلى الاقتراض بفائدة ربوية.[2] كذلك فإن آثار هذا البيع تتجلى من خلال التطبيقات المعاصرة له و التي منها ما يلي:

---

[1] السبحي، **القول البسيط في حكم البيع بالتقسيط**، ص 60.

[2] عيد، عادل عبد الفضيل، **البيع بالتقسيط في الاقتصاد الإسلامي**، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، ط1،2008م، ص47.

التطبيقات المعاصرة لبيع التقسيط:

*** البيع الإيجاري أو الإجارة المنتهية بالتمليك.**

صورة البيع الإيجاري:هو في حقيقته بيع بالتقسيط مع الاحتفاظ بالملكية، أي بيع بالتقسيط يتخذ صورة إيجار ينتهي بالبيع[1], وهو: أن يتفق طرفان على أن يبيع أحدهما سلعة معينة للآخر, وتتحدد قيمتها لكن لا تنتقل الملكية للمشتري مباشرة,وإنما تظل ملكاً للبائع, وتكون محكومة بقواعد الإيجار إلى حين إتمام المشتري الأقساط التي تعادل قيمة ثمن المبيع المتفق عليه, خلال مدة محددة, عند ذلك ينتقل الملك للمشتري, ويصبح مالكا للسلعة,وله كافة التصرفات المشروعة عليها [2]، فينقلب العقد من عقد إيجار إلى عقد بيع[3].

الغرض منه: الغرض منه احتفاظ البائع بملكية المبيع إلى حين سداد جميع أقساط الثمن، وذلك بدون شرط صحيح، لأن بيع التقسيط تنتقل فيه الملكية إلى المشتري بمجرد عقد البيع، وقد سمحت بعض القوانين الوضعية للبائع بجواز اشتراط الاحتفاظ بالملكية،لكن البيع الإيجاري يغني البائع عن هذا الشرط الصريح ؛ لأن الإجارة لا تنقل الملكية و عندئذ يستطيع البائع استرداد المبيع إذا أفلس المشتري،[4]ففيه حماية لمصلحة البائع، إذ يهدف إلى الاستيثاق من أن المشتري سيفي بالثمن كاملاً في الوقت المحدد[5].

وبهذا فإن البيع الإيجاري علاقة ثنائية بين طرفين، يكون أحدهما المؤجر مالكاً للأصل الذي يراد تأجيره، أما الإجارة المالية فيدخل فيها طرف ثالث وسيط، هو المصرف أو شركة التأجير، يقوم بتمويل شراء الأصل المراد تأجيره ؛ لأنه لا يكون مالكاً للأصل.[6]ويترتب على

---

[1] أبو الليل، إبراهيم، **البيع بالتقسيط**، ص 178.

[2] المصري، **الجامع في أصول الربا**، دار القلم، دمشق، ص 160/159.

[3] منصور، محمد حسين، **أحكام البيع**، 2001م، ص 18.

[4] أبو الليل، **البيع بالتقسيط**، ص 180.

[5] المحفوظ، عبد الله بن الشيخ بن بيه، **توضيح أوجه اختلاف الأقوال في مسائل من معاملات الأموال**، ط 1، دار ابن حزم،1418هـ،ص17.

[6] المصري، رفيق يونس، **بيع التقسيط تحليل فقهي و اقتصادي**، ط2، دار القلم، دمشق،1987م، ص 129.

ذلك إن البيع الإيجاري أو الإيجار المنتهي بالتمليك يعتبر بيعاً محضاً، و تسري عليه أحكام البيع بالتقسيط و لو سماه المتعاقدان إيجاراً[1].

* وهناك صورة قريبة من البيع الايجاري، في القانون الوضعي، وهو أن يعقد الطرفـــان عقـــد إجارة، مع وعد بالبيع، في نهاية الإجارة، وقد يكون هذا الوعد ملزماً للطرفين، أو غير ملزم، أو ملزماً للبائع دون المشتري. فإن كان الوعد غير ملزم لأي منهما، فلا بأس بالمعاملة شـــرعاً، إذ في نهاية الإجارة، يعقدان البيع، ويتراضيان على الثمن. أما إذا كان الوعد ملزماً، فلا يجـــوز؛ لأن الوعد الملزم في حكم العقد، لا بد فيه من أن يكون الثمن معلوما[2].

المطلب الثالث: الدعاية والإعلان وأثرهما على السوق

المقصود بالدعاية والإعلان هي: أسلوب إخباري تحفيزي من خلال توصـــيل رســـائل عبر وسائل الاتصـــال المختلفـــة عـــن الســـلع و الخـــدمات إلـــى مجمـــوع المســـتهلكين أو المشترين،[3]وتعرف الرسالة الإعلانية بأنها رسالة بيعية، واسعة الانتشار كلفتها مدفوعـــة مـــن المعلن، موجهة نحو الجمهور، بهدف التأثير على سلوكه، لإقناعه بشراء سلعة أو خدمة أو قبول فكرة، أي أن

الإعلان هو:

1- أي شكل من أشكال الإعلام العام الذي يساعد بشكل مباشر أو غير مباشر على بيع الســـلعة أو الخدمة.

2- أي شيء يجلب الانتباه إلى السلعة أو الخدمة.

[1] السنهوري، **الوسيط في شرح القانون المدني**، دار النهضة العربية،1986، ص 178-179.

[2] المصري، **بيع التقسيط تحليل فقهي واقتصادي**، ص 35.

[3] العبدلي، قحطان، **الدعاية و الإعلان**، ص 20.

3- يتضمن الإعلان الأنشطة التي تجعل المشترين المتوقعين يميزون السلعة أو الخدمة عن غيرها[1].

أما الإعلان التجاري: فهو وصف الشيء لقصد انتشاره، و قد يكون بمعنى المبالغة في التعبير عنه[2]. وهو كذلك: كل الوسائل المسموعة و المرئية و المقروءة و الرسائل التي يستخدمها التاجر لتسويق و ترويج منتج معين [3]، وهو الوسيلة المشروعة لتقديم الأفكار أو السلع أو الخدمات لصالح المعلِن و المعلن إليه[4].

أهداف الإعلان التجاري:

لما كان الإعلان أحد وسائل ترويج المبيعات، فهو يهدف إلى بيع السلعة أو الخدمة وخلق اتصالات نشطة بين المنتج و التاجر و المستهلك بغرض التأثير على موقف و سلوك المستجيب للرسالة الإعلانية و هذا التأثير ينعكس على زيادة المبيعات،و بالتالي زيادة أرباح المشروع التجاري، وهناك أهداف فرعية يمكن تلخيصها بما يلي[5]:

1- مساعدة رجال البيع: أي أن الإعلان يعرف العملاء المتوقعين بالسلعة و علامتها التجارية وميزاتها و باقي صفاتها الأخرى.

2- تسهيل مهمة الدخول لأسواق جديدة و توسيع المناطق البيعية، و الحصول على عملاء جدد.

3- ترويج مبيعات المنتجات الجديدة التي لم يسبق للمستهلكين أن تعرفوا عليها.

4- من خلال سعة انتشار الإعلان عن السلعة، يضمن المنتج سعة انتشار اسمه و عنوانه، ويسهل على رجال الأعمال الاتصال به من خلال الإعلان.

---

[1] علي أصغر، محمد حسين، **أسس التسويق الحديث**، دار الرسالة، بغداد،بلا طبعة أو سنة نشر،ص 275/274

[2] الحديدي، منى، **الإعلان**، ط1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1418هـ، ص 16.

[3] وهدان، رضا متولي، **الخداع الإعلاني و أثره في معيار التدليس، ط1**، دار الفكر، بيروت،2008م، ص 20.

[4] أبو السيد، أحمد محمد أحمد، **حماية المستهلك في الفقه الإسلامي**، دار الكتب العلمية، بيروت، ط1، 2004، ص283.

[5] علي أصغر، **أسس التسويق الحديث**، ص 276-277.

أهمية الإعلان في ميدان التسويق:

الإعلان عبارة عن أوجه النشاط الخاصة بتوصيل رسالة غير شفوية أو مرئية تتعلق بسلعة أو خدمة أو فكرة إلى مجموعة من الأشخاص، و يلعب الإعلان دوراً هاماً في ميدان التسويق، فهو يمثل عاملاً رئيسياً في توزيع جميع السلع، و قد أصبح من أقوى الوسائل التي يلجأ إليها كل مشروع لكي يروج مبيعاته و يعمل على زيادتها، هذا و مع تقدم وسائل الإعلان والوعي الإعلاني بين غالبية المشروعات، أصبح ينظر إلى الإعلان ليس فقط كوسيلة لزيادة المبيعات و لكن كمرشد للمستهلكين و مساعد لهم في الحصول على السلع التي يحتاجون إليها، و أصبحت القاعدة هي الصدق في الإعلان و كسب ثقة المستهلك لا تضليله و بيعه سلعة رديئة أو سلعة ليس هو في حاجة إليها[1].

حكم الدعاية و الإعلان:

عرف الفقهاء المسلمون قديماً الدعاية و الإعلان، و أطلقوا عليها مصطلح " النداء على المتاع "[2]، أي النداء على السلع، فالتعريف بالسلعة بقصد انتشارها و شيوعها أمر جائز شرعاً، بل قد يكون لصاحبه أجر حين يقصد به ما يأتي[3]:

1- أن يكون قصده من الإعلان تسهيل البيع و الشراء بين الناس بما يخدم حياة الأمة في معاشها.

2- أن يكون قصده خدمة الناس عن طريق تعريفهم بحوائجهم وتسهيل معاملاتهم وهذا يدخل في معنى النصح لهم امتثالاً لقول رسول الله – صلى الله عليه وسلم –: " الدين النصيحة، قيل لمن يا رسول الله؟ قال: " لله ولكتابه ولرسوله و لأئمة المسلمين وعامتهم "[4].

---

[1] الشناوي، صلاح، **التسويق مباديء و سياسات**، ط1، المكتب الشرقي للنشر و التوزيع، بيروت، 1970م، ص361.

[2] ابن قدامة، **المغني**،(32/5).

[3] حميش، **حماية المستهلك من منظور إسلامي**، ص 207، نقلاً عن مجلة البحوث الفقهية المعاصرة، العدد 144، ص 207.

[4] البخاري، **صحيح البخاري**، كتاب: الإيمان، باب: قول النبي صلى الله عليه وسلم: الدين النصيحة لله ورسوله ولأئمة المسلمين وعامتهم، (30/1)، حديث رقم 56.

* وللإعلان في النظام الإسلامي مصلحتان: الأولى عامة وهي مصلحة المعلَن إليه (المستهلك)، والثانية خاصة وهي مصلحة المعلِن (المنتج)، وعلى هذا النحو يكون الإعلان مباحاً [1].

وظيفة المُعلِن: المعلن هو شخص يهمه بالدرجة الأولى و قبل كل شيء شد انتباه المستهلك لكي يشتري سلعته، وهو في سبيل تحقيق ذلك يقوم بأعمال منها[2]:

أولاً: إثارة انتباه الشخص المتلقي.

ثانياً: إيجاد الرغبة لدى المتلقي في اقتناء السلعة.

ثالثاً: حث المتلقي على شراء السلعة.

الوسائل الإعلانية:

لغرض اختيار الوسيلة الإعلانية لا بد من معرفة التسهيلات الإعلانية و مجالات الاستفادة منها في عرض الرسالة الإعلانية على أكمل وجه، و لأهمية الوسيلة الإعلانية في تحقيق الهدف منها لا بد من حسن اختيار هذه الوسيلة، ومن هذه الوسائل ما يلي:

أولا: الصحف:

وهي كل ما يطبع على الورق، ويتم توزيعها في مواعيد دورية، وهي مناسبة للتسويق، وترويج كثير من البضائع و السلع و الخدمات[3].

تتميز الصحف بالمرونة و سهولة توقيت الإعلان فيها، و كذلك سهولة انتشارها بين الجمهور، حيث إنه من السهولة إعداد الرسالة الإعلانية أو تغييرها في الصحف مقارنة مع

[1] أبو السيد، **حماية المستهلك في الفقه الإسلامي**، ص 284.

[2] حميش، **حماية المستهلك**، ص 206.

[3] وهدان، **الخداع الإعلاني**،ص 22.

الوسائل الأخرى، و كذلك فإن للتوقيت اليومي أو الأسبوعي، أو إلغاء الإعلان تسهيلات كبيرة في الصحف، وهي أقل الوسائل كلفة مقارنة بالوسائل الأخرى[1].

* **مزايا استخدام الصحف كوسيلة للإعلان:** مما سبق يمكن استنتاج المزايا التالية للصحف:

1- تصل الصحف إلى كل طبقات و فئات المجتمع، و لذلك فهي تناسب القيام بالحملات الإعلانية على نطاق واسع.

2- تظهر الصحف يوميا، و لذلك يمكن إعداد الإعلان و نشره بسرعة، و هذا يعطي المعلن القدرة على الرقابة على الحملة الإعلانية و يمكنه من تغيير أو إيقاف الإعلان في أي وقت إذا احتاج الأمر لذلك.

3- تعطي الصحف القدرة على اختيار الأسواق، فيمكن للمعلن أن يوجه إعلانه إلى مناطق معينة دون أخرى عن طريق الإعلان في الصحف المحلية.

4- يتيح تنوع الصحف للمعلن أن يختار الصحيفة المناسبة التي ينشر فيها إعلانه والتي تحوي مادة صحفية تتناسب مع الغرض من الإعلان[2].

هذا وتخضع الصحف لنوع من الرقابة الموضوعية من قبل الجهات المختصة، من أجل التصريح بنشرها و إذاعتها، فيتم نشر رقم التصريح، و تاريخه، و الجهة التي أصدرته، فمثلاً عند الإعلان عن المواد الغذائية لا يتم نشرها إلا بعد موافقة وزارتي الصحة و التجارة الداخلية، و قبل الإعلانات العقارية يجب موافقة وزارتي الإسكان و التعمير[3].

ثانياً: المجلات:

تعتبر المجلات من الوسائل الجيدة لعرض رسالة إعلانية تحتاج إلى طبع و تلوين من النوعية الممتازة، كما أن تخصيص المجلات (العلمية، و التجارية، و الصناعية، والأدبية،...

---

[1] علي أصغر، **أسس التسويق الحديث**، ص281.

[2] الشناوي، **التسويق مبادئ و سياسات**، ص 373-374.

[3] وهدان، **الخداع الإعلاني**، ص 24.

الخ) بموزعين معينين يعتبر عامل توجيه للرسالة الإعلانية، و في نفس الوقت يؤدي إلى وصول الإعلان للعملاء المتوقعين بأقل كلفة نشر[1].

علماً بأن لكل مجلة تقريباً جمهورها الخاص من القراء، و تسعى هيئة التحرير في كل مجلة إلى جذب و اختيار أنواع معينة من القراء، و القليل من المجلات من يختار قراءه من ذوي الدخول المرتفعة،و لكن أغلب المجلات تسعى إلى الوصول إلى قراء باهتمامات معينة بصرف النظر عن دخولهم أو أماكن سكناهم[2].

ثالثاً: البريد المباشر:

يعتبر استخدام البريد المباشر لإبلاغ الرسالة الإعلانية للعميل المتوقع من أكثر الوسائل مباشرة في المخاطبة، و من أقلها ضياعاً في النشر، حيث تعد قائمة بأسماء العملاء المتوقعين، ويتم مخاطبتهم عن طريق المراسلة، و من أهم محددات هذه الطريقة هو وجود عملاء يصعب حصرهم في بعض الأحيان [3].

فالإعلان بالبريد المباشر يعني استخدام جميع أشكال الإعلان التي ترسل عن طريق البريد، و في حال البيع بالبريد فإننا نعرف أن عملية البيع تتم بأكملها من أول اتصال بالمستهلك المحتمل إلى سداد قيمة المشتريات عن طريق البريد، و يعتبر البيع بالبريد بديلاً عن البيع الشخصي[4].

رابعاً: التلفاز:

تطور البيع بواسطة الإذاعة و التلفاز بصورة ملموسة، وصادف قبول من المستهلكين والمنتجين على حد سواء، على صعيد المنافسة الدولية لتسويق البضائع و السلع عبر

---

[1] علي أصغر، **أسس التسويق الحديث**، ص 281.

[2] الشناوي، **التسويق مبادئ و سياسات**، ص 374.

[3] علي أصغر، **أسس التسويق الحديث**، ص 281.

[4] الشناوي، **التسويق مبادئ و سياسات**، ص378.

الفضاء[1]،فالتلفاز من أحدث الوسائل و أكثرها قدرة على تنوع الاستخدام، ففيها يمكن الاستفادة من الصورة و الصوت معاً، و بذلك يحقق الميزات الموجودة في الصحف والمجلات كصورة، و المذياع كصوت، إلا أن كلفة الإعلان في التلفاز عالية جداً مقارنة مع الإعلان في الوسائل الأخرى[2].

مزايا التلفاز من الناحية الإعلانية:

1- يستطيع التلفاز أن يبث الحيوية في رسالته الإعلانية الموجهة إلى الملايين من المشاهدين، وذلك باستخدام الصورة و الصوت معاً.

2- يمكن للتلفاز أن يقدم تغطية محلية أو تغطية عامة، و على ذلك يمكن للمعلن أن يختار إذا أراد أن يركز إعلانه على المستوى المحلي أو أن ينشره على المستوى القومي[3].

3- أهم ما يميز الإعلان عن طريق التلفاز، هو التكرار الذي يؤدي إلى تثبيت الرسالة الإعلانية في الأذهان، و عدم نسيانها، و التحول إلى غيرها[4].

خامساً: العرض في نوافذ المحلات التجارية:

نوافذ المحلات التجارية هي واحدة من الوسائل التي يمكن عن طريقها توجيه رسالة إعلانية إلى المشتري المحتمل، و ذلك عندما يكون ماراً بمحل ما أو داخلاً فيه، و بالنسبة للسلع الاستهلاكية تعتبر العروض في النوافذ من الوسائل الإعلانية الهامة سواء للمنتِج أو للتاجر، فبالنسبة للمنتج تكون العروض بمثابة خطوة هامة ضمن برنامج إعلاني على مستوى الصحف والمجلات والتلفاز وغيرها، و لذلك فإنها إذا استخدمت تكون وسيلة مساعدة تربط محلات معينه بالحملة الإعلانية على اعتبار أن هذه المحلات منافذ لبيع السلع المعلن عنها، كذلك فإن التاجر

---

[1] وهدان، **الخداع الإعلاني**، ص 24.

[2] علي أصغر، **أسس التسويق الحديث**، ص 282.

[3] الشناوي، **التسويق مبادئ و سياسات**، ص 375.

[4] محرز، **الحق في المنافسة المشروعة**، ص 93.

يستخدم العروض في النوافذ لمساعدة الإعلان الذي يقوم به في الصحف المحلية، ولكي يظهـــر محله على أنه تتواجد فيه السلع التي يعمل هو نفسه على ترويجها، وتعتبر العروض في النوافذ من أهم الوسائل الإعلانية، كما أنها من ناحية أخرى أقلها تكلفة، وفي المدن يلاحظ أن المحلات ذات الأقسام، تتميز بمساحات عرض أكثر من غيرها من المحلات، وتقوم هذه المحلات عـــادة بتغيير نوافذها مرة كل أسبوع، و تستعين بعض المحلات بخبراء في العرض في النوافذ، حيث يستخدمون الألوان و الإضاءة الظاهرة والمختفية و الوسائل الميكانيكية التي تعطـــي أصـــواتاً وحركة، والأقسام التي غالباً ما تستخدم لهذا الغرض هي أقسام الحلي والمجـــوهرات، وأدوات الزينة، والأقمشة والملابس وغيرها[1].

فاستخدام طرق مناسبة لعرض السلعة تتلاءم مع السلعة المعروضة تزيد مـــن بهجـــة السلعة ورونقها، كما تزيد من قوة منافستها للسلع الأخرى، فالتفنن والابتكار في عرض الســـلع بطرق حديثة تلفت انتباه المستهلكين، وتزيد من إقبالهم عليها، فمـــثلاً فخامـــة الإنشـــاءات فـــي المخبز، وحسن عرض الحلوى ومشتقاتها، تجذب العميل للشراء من ذلك المخبـــز أكثـــر مـــن غيره[2].

*** مزايا العروض في نوافذ المحلات التجارية:**

1 – تُظهِر العروض بالنوافذ السلع بألوانها و أشكالها و أحجامها، مما يساعد على إيجاد الرغبة لدى المشترين.

2– إن المشتري عندما يدخل المحل منجذباً بالعرض الموجود في النوافـــذ، فإنـــه يكـــون مـــن المحتمل أن يشتري سلعاً أخرى بخلاف تلك المعروضة في نوافذ المحل.

3– عندما يمر الشخص أمام إحدى النوافذ، لا يكون عنده عادة أي فكرة عن شراء شـــيء مـــا، وهنا يعمل العرض الموجود في النافذة على جذب المار إليه، و العرض الجيد هو العـــرض

[1] الشناوي، **التسويق مبادئ و سياسات**، ص 380-381.

[2] محرز، **الحق في المنافسة المشروعة**، ص 129.

الذي يتيح الفرصة أمام المشتري لفحص السلعة و لمسها، ومن العوامل التي تساعد على جذب الانتباه إلى السلعة المعروضة التوقيت الصحيح لعرضها، فمن الطبيعي أن السلعة إذا عرضت في أوج موسمها ستجذب الانتباه أكثر مما لو عرضت في نهاية الموسم، هذا ويفضل تغيير العرض في النافذة بصفة منتظمة لإعطاء معنى للتنويع[1].

سادساً: استخدام التقنيات العلمية الحديثة:

هناك العديد من التقنيات العلمية الحديثة التي تستخدم في مجال الدعاية و الإعلان منها:

* استخدام الحاسب الإلكتروني، و البرامج الخاصة، وكافة نظم المعلومات المتطورة، والتي تستخدم بفاعلية في وقتنا الحاضر في مجال الدعاية و الإعلان[2].

* استخدام الشبكة العنكبوتية (الإنترنت): حيث تعتبر وسيلة مباشرة للتسويق لآلاف الشركات التجارية في كل دول العالم، حيث تقوم هذه الدول بعرض منتجاتها، والوصول إلى المستهلكين مباشرة، وفي أماكن يصعب الوصول إليها، و يتم من خلالها إبرام العقود التجارية وغيرها[3].

ويجب الالتزام في الإعلان عن السلع و الخدمات عبر شاشة الإنترنت بتزويد المستهلك بمعلومات واضحة خالية من اللبس و الغموض عن المنتج أو الخدمة المعروضة بما يسمح للمستهلك بإعطاء الموافقة على التعاقد عن وعي و إدراك كاملين[4].

* استخدام البريد الإلكتروني في التسويق للسلع و الخدمات، و التعرف على حاجات العملاء وتلبيتها[5]، بأسلوب يتسم بالمصداقية و الوضوح و الرقابة، و بذلك يصبح من وسائل المنافسة المشروعة التي يزداد الإقبال عليها.

---

[1] الشناوي، **التسويق مبادئ و سياسات**، ص 381-383.

[2] محرز، **الحق في المنافسة المشروعة**، ص 116.

[3] وهدان، رضا متولي،**الخداع الإعلاني و أثره في معيار التدليس**، دار الفكر، بيروت، ط 1، 2008م، ص 25.

[4] ابراهيم،خالد ممدوح، **حماية المستهلك في المعاملات الإلكترونية**، الدار الجامعية، الإسكندرية،2007 م، ص 89.

[5] وهدان، **الخداع الإعلاني**، ص 25.

سابعاً: الإعلانات الثابتة:

ويقصد بها الملصقات و الألواح الضوئية المعلقة و المثبتة، و الخرائط الإرشادية المضيئة، و الجرائد المضيئة، و غير ذلك من الوسائل الحديثة المشروعة التي تمتلئ بها الميادين التجارية، و شوارع العواصم الرئيسة[1].

ويشترط فيها ما يشترط في غيرها من الانضباط بضوابط الشرع كعدم استخدام الصور التي تظهر فيها العورات.

ثامناً: شخصية البائع:

يعتمد نجاح البائع و تفوقه على غيره في مجال المنافسة إلى ما يتميز به عن غيره من المنافسين، فالصدق و الأمانة و اللباقة و القدرة على الإقناع لها أثر واضح في جذب الناس للشراء بطريقة مشروعة، كما أن اختيار نخبة من العاملين الذين لهم اتصال بالجمهور، ولهم من فنون و أساليب البيع دراية، و خبرة و أدب و لباقة و حسن استقبال للمشترين، كل هذا يعتبر من المنافسة المشروعة التي تزيد من الإقبال على الشراء[2].

تاسعاً: التغليف السلعي:

المقصود به: هو مجموعة الأنشطة التسويقية المتعلقة بتصميم و إنتاج العبوة، فيكون هناك غلاف مباشر يحوي السلعة كالزجاج الحاوي للعطر، و هناك غلاف آخر توضع فيه السلعة بالإضافة إلى غلافها الأول، و هو ما يطلق عليه العبوة [3].

وللغلاف المناسب الجذاب دور مهم في تعزيز و تأكيد شخصية المؤسسة و منتجاتها في أذهان المستهلكين؛ لما يرسمه من صورة إيجابية في أذهانهم على عكس الغلاف الغير مناسب،

---

[1] وهدان، **الخداع الإعلاني**، المرجع السابق، ص 24.

[2] محرز، **الحق في المنافسة المشروعة**، ص 166.

[3] جامعة القدس المفتوحة، **مبادئ التسوق**، 2008م، ص 235.

فعلى سبيل المثال: يمثل الغلاف بالنسبة لبعض أنواع السلع كالعطور مثلاً رمزاً يسعى إليه المستهلك عند اتخاذه قرار شرائها ؛ لما يضفيه من مظهرية و مكانة اجتماعية خاصة[1].

إن توفر معلومات و بيانات متعلقة بالسلعة على العبوة أو الغلاف، تجعل المنتج والمستهلك يقبل عليها أكثر من غيرها، إذ تساعدهم على تحديد اختياراتهم، وأسس تفضيلهم للسلع والخدمات التي يرغبون في شرائها[2].

هذه جملة من الوسائل الإعلانية المشروعة – إذا ما انضبطت بضوابط الشرع – تؤثر ايجابياً في المستهلك و تؤدي إلى المنافسة التجارية المشروعة في السوق.

*** التأثير السيئ للدعاية و الإعلان:**

لقد تعرفنا فيما سبق على إيجابيات الدعاية و الإعلان،و لكنها في الواقع لها العديد من السلبيات لاسيما إذا أسيء استخدامها، ومن هذه السلبيات:

1- المبالغة الكبيرة في محاولة عرض السلعة.

2- الكذب و التضليل و الخداع.

3- التركيز على الغرائز و محاولة استثارتها.

4- التأثير سلباً على الناس و ذلك بدفعهم نحو زيادة الإنفاق دون ترشيد.

5- زيادة أسعار السلع و غلائها، و ذلك لأن تكاليف الإعلان تضاف إلى سعر السلعة.

6- التأثير على قيم المجتمع باستخدام أساليب معينة في الإعلان تعتمد على الإثارة و على المرأة، فترى فتاة الإعلان و هي شبه عارية على شاشة التلفاز أو في الشارع بجانب السلعة المعلن عنها.

---

[1] جامعة القدس المفتوحة، **مبادئ التسوق**، ص 238.

[2] محرز، **الحق في المنافسة المشروعة**، ص 26-27.

7- السبب في كثير من حوادث السير، و ذلك بسبب شد اهتمام السائق بما يراه.

8- الإجرام بحق لغتنا العربية الجميلة، و ذلك عن طريق استخدام ألفاظ أجنبية علــى شــاكلة: (فاشن سنتر) و غيرها[1].

فإذا ما تجنبت الوسائل الإعلانية مثل هذه السلبيات و التزمت ضوابط الشرع، فإن هــذه الوسائل تصب في مصلحة البائع و المستهلك، و لا يترتب عليها أي ضرر كمثل ما ذكر، ولهذا حرصت الشريعة الإسلامية على تقييد هذه الوسائل بقيود و ضوابط.

*** الأحكام و التوجيهات الإسلامية للدعاية و الإعلان:**

فيما يلي أهم الأحكام و التوجيهات الإسلامية التي تعمل على ترشيد الإعلانات و الحــد من مساوئها[2]:

أولاً: التزام الصدق والموضوعية في بيان مواصفات السلعة: فلا بد من الصدق و الأمانة فــي التجارة و كل أعمالها، وذلك بالترغيب في نيل أعلى الدرجات، كما جاء في الحديث الشــريف: "التاجر الأمين الصدوق مع النبيين والصديقين والشهداء والصالحين "[3].

ثانياً: النهي عن ترويج السلعة بالحلف الكاذب: ويمكن أن يقاس على الحلف كذباً كل أســلوب ينتهجه البائع، ويحتوي على تأكيدات غير صادقة للتغرير والتضليل بالمشتري مثلما يحدث الآن بتضمين الإعلان شهادات غير حقيقية من ذوي الخبرة، والمكانة في المجتمع، أو مــن بعــض المستهلكين بالاتفاق مع البائع بتوافر خصائص معينة في السلعة، وهي ليست بها، وهو ما يحدث أيضاً باستئجار بعض الفنانين، ولاعبي كرة القدم ليعلنوا للناس عن مزايا السلعة، وأنهم تحققــوا منها، وهي مجرد شهادة زور بأجر.

---

[1] الحديدي، **الإعلان**، ص 155.

[2] حميش، **حماية المستهلك من منظور إسلامي**، ص 208-210، نقلاً عن الكاملي، محمد بن علــي، أحكــام الإعلانــات التجارية ص 128.

[3] سبق تخريجه، ص19.

ثالثاً: أن يكون الإعلان عن البضاعة مطابقاً لحقيقتها: فإن لم يكن كذلك يصبح في حكم التزوير بالقول وتغرير الناس والتحايل عليهم و إيذائهم، وقد ذم الله زخرف القول الذي تتبعه شـياطين الإنس والجن كما في قوله – تعـالى –: (وَكَذَٰلِكَ جَعَلْنَا لِكُلِّ نَبِيٍّ عَدُوًّا شَيَٰطِينَ ٱلْإِنسِ وَٱلْجِنِّ يُوحِي بَعْضُهُمْ إِلَىٰ بَعْضٍ زُخْرُفَ ٱلْقَوْلِ غُرُورًا)[1]، ومعنى زخرف القول: تـزيين الباطل بالألسنة[2].

رابعاً: ألا يكون في التجارة المعلن عنها عيباً ظاهراً أو باطناً: فالبائع و المعلن إذا علـم عـن عيب في بضاعته، ولم يبينه للناس، بل أثنى عليها، و دعا الناس إلى شرائها فهو أشـد جرمـا؛ لأنه كتم عيباً و زين بضاعته بالكذب، يقول – صلى الله عليه و سلم –:" لا يحل لأحد أن يبيـع شيئاً إلا بيَّن ما فيه "[3].

خامساً: منع الإعلان عن السلع والخدمات المحرمة: مثل الإعلان عن الخمور والسجائر ولحم الخنزير، والمسابقات المبنية على القمار وأكل أموال الناس بالباطل، وغير ذلك من الممنوعات المحرمة في الشريعة الإسلامية؛ لما تسببه من أضرار صحية واجتماعية واقتصادية في الـدنيا، ومن غضب الله والإثم والعذاب يوم القيامة، فالدعاية والإعلان عن السلع والخدمات المحرمـة تدعو إلى الفتنة ونشر الرذيلة والفساد في المجتمع، لذا كان من الواجب منعها، و الوقوف فـي وجهها؛ لما تسببه من نتائج سلبية على الأفراد و المجتمعات.

سادساً: ألا يتعدى على غيره: بحيث يجعل من الإعلان عن تجارته وسيلة لذم تجـارة غيـره، سواء بالتصريح أو بالتعريض، لما في ذلك من الإضرار به و الإساءة إليه، لقوله – صـلى الله عليه وسلم:" لا ضرر و لا ضرار"[4]، وهذا من المنافسة غير المشروعة.

---

[1] سورة الأنعام، آية 112.

[2] الطبري، **جامع البيان**،(3/7).

[3] الحاكم، **المستدرك على الصحيحين**، كتاب: البيوع، (12/2)، حديث رقم 2157. وقال الحاكم: هذا حديث صحيح الإسناد ولم يخرجاه، انظر: الحاكم، **المستدرك**، (12/2).

[4] ابن ماجه، أبو عبد الله بن يزيد القزويني، **سنن ابن ماجه**، تحقيق: محمد فؤاد عبد الباقي، دار الفكر، بيـروت، كتـاب: الأحكام، باب: ما يضر بجاره، (784/2)،رقم:(2341). أحمد، **المسند**،(313/1)،(2867)، قال الألباني: حديث صـحيح، انظر: الألباني، **السلسلة الصحيحة**، ص498.

سابعاً: منع كل ما يكون سبباً في استثارة الغرائز: مثل استخدام فتيات الإعلانات في صور مخلة، و حركات مثيرة، مما يخالف قيم الإسلام و أحكامه، بل لا بد للقائمين على عملية الإعلان من التزام العادات و التقاليد العربية الإسلامية.

المطلب الرابع: الجوائز التجارية الترويجية

لهذا المطلب علاقة مباشرة في المنافسة التجارية؛ لما لهذه الجوائز من جذب المستهلكين، فالمنتجون للسلع – خاصة المتشابهة منها- يتنافسون على ترويج بضائعهم، ومن أساليبهم في ذلك الإعلان عن الجوائز الترويجية، و في هذا المطلب أبين المقصود بهذه الجوائز في اللغة والاصطلاح مع بيان المقصود بالجوائز الترويجية، و توضيح حكمها الشرعي، وأثرها على السوق، و الضوابط الشرعية الخاصة بهذه الجوائز.

أولاً: المقصود بالجوائز لغةً: هي جمع جائزة وهي:" العطية و التحفة، وخصوصاً التي تعطى إكراماً للسابق والمجيد "[1].

ثانياً: المقصود بالجوائز اصطلاحاً: المعنى الاصطلاحي للجائزة هو نفس المعنى اللغوي لها وهو العطيّة[2].

وهذه العطية قد تكون من غير شرط أو مقابل، و قد تكون مشروطة بشرط، ومثال الجائزة من غير شرط: جائزة السلطان، فإن السلطان قد يعطي من يشاء عطية من غير مقابل، و كذلك إكرام الرجل لضيفه، أما الجائزة بمقابل أو شرط فمثال عليها: الجوائز الموضوعة في المسابقات ؛ فإن شرط الحصول عليها الفوز و الغلبة، و كذلك الجوائز التي تضعها المحلات التجارية، فبعضهم يشترط شراء سلع بمبالغ معينة لكي يتم الحصول على تلك الجوائز، إذن فيمكن أن تعرف الجائزة بأنها: العطية مشروطة كانت أو غير مشروطة[3].

---

[1] الفيروز آبادي، **القاموس المحيط**،(698/1).

[2] وزارة الأوقاف و الشئون الإسلامية، **الموسوعة الفقهية**، (76/15).

[3] عامر، باسم أحمد، **الجوائز أحكامها الفقهية وصورها المعاصرة**، ط1، دار النفائس، الأردن، 1426هـ، ص19.

ثالثاً:المقصود بالجوائز التجارية الترويجية: " هي ما يقدمه أصحاب المحلات و المؤسسات التجارية من حوافز للمشترين مقابل شرائهم سلعاً معينة أو الاستفادة من خدمات معينة "[1].

رابعاً: مشروعية الجوائز:

هناك مجموعة من النصوص التي تدل على مشروعية الجائزة بشكل عام، و منها:

* قول الرسول – صلى الله عليه و سلم –: " من كان يؤمن بالله و اليوم الآخر فليكرم ضيفه جائزته، قالوا و ما جائزته يا رسول الله؟ قال: يومه و ليلته، و الضيافة ثلاثة أيام، فما كان وراء ذلك فهو صدقة عليه"[2]. قال النووي:" قال العلماء: معناه الاهتمام به في اليوم و الليلة وإتحافه بما يمكن من بر وإلطاف، وأما في اليوم الثاني والثالث فيطعمه ما يتيسر و لا يزيد على عادته، وأما ما كان بعد الثلاث فهو صدقة ومعروف، إن شاء فعل وإن شاء ترك"[3].

* قوله –عليه الصلاة والسلام – لعمه العباس – رضي الله عنه –:" يا عم ألا أصلك ألا أحبوك، أنفعك ألا أجيزك، قال بلى، قال: يا عم صل أربع ركعات..."[4]، و قوله – عليه الصلاة والسلام (ألا أجيزك) أي ألا أعطيك جائزة[5].

* قوله – عليه الصلاة السلام –:" من قرأ حرفاً من كتاب الله فله حسنة، و الحسنة بعشر أمثالها، لا أقول ألم حرف، و لكن ألف حرف، و لام حرف، وميم حرف"[6].

---

[1] المصلح، خالد بن عبد الله، **الحوافز التجارية التسويقية و أحكامها في الفقه الإسلامي**،ط1، دار ابن الجوزي، الرياض، 1420هـ ص 61.

[2] البخاري، **صحيح البخاري**، كتاب: الأدب، باب: من كان يؤمن بالله و اليوم الآخر فلا يؤذ جاره (2240/5)، حديث رقم 5673..

[3] النووي، **شرح النووي على صحيح مسلم**، ط2، دار إحياء التراث العربي، بيروت، 1392هـ،(31/12).

[4] الترمذي، **سنن الترمذي**، كتاب: أبواب الصلاة، باب: ما جاء في صلاة التسبيح(350/2)، (482)، قال الألباني: صحيح، انظر: الألباني، **الجامع الصغير وزيادته** ص1390 .الطبراني، **المعجم الكبير**، (226/1)، حديث رقم (617).

[5] باسم، **الجوائز**، ص 28.

[6] الترمذي، **سنن الترمذي**، كتاب: فضائل القرآن عن رسول الله صلى الله عليه وسلم،باب: ما جاء فيمن قرأ حرفا من القرآن ماله من الأجر، (175/5)، حديث رقم (2910). قال الترمذي: هذا حديث حسن صحيح غريب من هذا الوجه، انظر: الترمذي، **سنن الترمذي**،(175/5).

خامساً: الضوابط الشرعية الخاصة بالجوائز:

هنالك بعض الضوابط الشرعية المتعلقة بالجوائز ينبغي مراعاتها، و هـذه الضـوابط تختلف باختلاف الجوائز من حيث نوعها و معطيها و موضوعها، وهي كما يلي[1]:

1- أن تكون الجائزة مباحة في ذاتها: فلا يجوز أن تكون الأشياء المحرمـة جـوائز تعطـى وتوهب، كالخمر و الخنزير.

2- أن يكون موضوع الجائزة مباحاً: و يعني ذلك أن يكون الغرض أو الهدف الذي و ضـعت الجائزة لأجله من الأفعال المباحة شرعاً، كالمسابقات العلمية، و كل ما هو مفيد و مباح، وأن لا يكون موضوعها محرماً، كمسابقات ملكات الجمال و غيرها من الأمور المحرمة.

3- أن تكون الجائزة مملوكة لمعطيها: فيجب أن تكون الجائزة في ملك من ينوي بذلها وتقديمها، كالذي يقدم الجائزة في المسابقات، سواء كان طرفاً في المسابقة أو أجنبياً غير مشارك فيها.

4- أن تكون الجائزة معلومة الجنس و الصفة و القدر: كالجوائز المقدمة في المسابقات، أما إذا كانت هبة و نحوها فإنه يجوز أن تكون الجائزة مجهولة أو غير معلومة.

5- أن تكون الجائزة مما يقدر على تسليمها: فلا تصح الجائزة إذا كانت ممـا لا يقـدر علـى تسليمها، كسيارة مسروقة أو حيوان شارد.

ويضاف إلى ذلك عدم رفع سعر السلعة في مقابل إعطاء جائزة عليها ؛ لأنها فـي هـذه الحالة تصبح الجائزة على حساب المستهلك.

6- وجوب الوفاء بها إذا وعد بها: فلو وعد أحد بجائزة، سواء كان ذلك في مسـابقة أو كانـت الجائزة على عمل ما، فيجب الوفاء بها، لقوله تعـالى:(وَأَوۡفُواْ بِٱلۡعَهۡدِۖ إِنَّ ٱلۡعَهۡدَ كَانَ مَسۡـُٔولاً)[2].

---

[1] باسم، **الجوائز**، ص 55-57.

[2] سورة الإسراء، أية رقم 34.

سادساً: أثر الجوائز الترويجية في المحلات التجارية على السوق:

سأتكلم عن أثر الجوائز الترويجية في المحلات التجارية على السوق من خلال الأهداف والأغراض من هذه الجوائز، و التي منها[1]:

1- ترويج أكبر عدد ممكن من أنواع السلع من خلال وضع الجوائز على منتجاتهم و سلعهم.

2- جلب المستهلكين إلى متاجرهم من خلال الإعلان عن هذه الجوائز عبر و سائل الإعلام.

3- زيادة شهرة المحل بين المستهلكين من خلال انتشار سمعته بسبب إعطائه لهذه الجوائز.

4- ازدياد حدة المنافسة بين التجار، فالكل يريد تقديم هذه الجوائز، حتى يتفوق على منافسيه.

5- التعريف ببضاعة جديدة أو الإعلان عنها من خلال ربطها ببعض الهدايا و الجوائز.

وبتحقيق هذه الغايات يزداد ترويج السلعة و تزداد المنافسة في السوق.

---

[1] المصلح، **الحوافز التجارية التسويقية**، ص 59.

الفصل الثاني

المنافسة غير المشروعة وأثرها على السوق

المبحث الأول: التعريف بمفهوم المنافسة غير المشروعة

المبحث الثاني: من طرق الكسب غير المشروعة

المبحث الثالث: صور حديثة للمنافسة غير المشروعة

المبحث الأول

التعريف بمفهوم المنافسة غير المشروعة

ويتضمن هذا المبحث ثلاثة مطالب، وهي:

المطلب الأول: تعريف المنافسة غير المشروعة

تكلمت في الفصل الأول عن تعريف المنافسة في اللغة، أما تعريف المنافسة غير المشروعة اصطلاحاً فكان كالآتي:

أولاً: تعريف المنافسة غير المشروعة اصطلاحاً:

المنافسة غير المشروعة هي:" تجاوز أحد أطراف المنافسة، الحدود المسموح بها باستخدامه أعمالاً و أساليب غير سليمة، خارجة عن عادات التجار و أعرافهم و تقاليدهم وأخلاقهم "[1]، " فهي كل الأعمال التي تلحق ضرراً بالآخرين "[2]. وهي كذلك:" استخدام الشخص لطرق ووسائل منافية للقانون أو العرف أو العادات أو الشرف "[3].

ثانياً: تعريف المنافسة غير المشروعة في القانون:

يقصد بالمنافسة غير المشروعة قانوناً:" تلك المنافسة التي تقع جراء أي فعل يتعارض مع معطيات التعامل التجاري، سواء كانت تلك المعطيات مقررة بحكم القواعد القانونية، أم بحكم القواعد المتعارف عليها في البيئة التجارية"[4].

ومن المعاني الجزئية للمنافسة غير المشروعة:" كل عمل غير مشروع قصد به إحداث لبس بين منشأتين، أو إيجاد اضطراب بأحدهما من شأنه اجتذاب عملاء إحدى المنشأتين للأخرى، أو صرف عملاء المنشأة عنها "[5].

---

[1] حمدان، ماهر فوزي، **حماية العلامة التجارية دراسة مقارنة**، منشورات الجامعة الأردنية، 1999م، ص 70.

[2] القضاة، سالم و آخرون، **مبادئ القانون التجاري**، ط1، دار صفاء للنشر و التوزيع، عمان،2000م،ص 67.

[3] الصفار، **المنافسة غير المشروعة للملكية الصناعية**، ص 27.

[4] سامي، فوزي محمد، **شرح القانون التجاري**، ط1، دار الثقافة، عمان،1999م، (195/1).

[5] الصفار، **المنافسة غير المشروعة للملكية الصناعية**، ص 27.

فالمنافسة إذا انحرفت عن الطريق السليم، لم تعد وسيلة للإجادة و الابتكار، بل أصبحت تهدف إلى اقتناص العملاء الذين اعتادوا التعامل مع محل آخر، و ذلك باستخدام طرق غير مشروعة، فهذا العمل لا يكون مباحاً ؛ لأنه يتضمن خطراً على نشاط الآخرين و يعتبر منافسة غير مشروعة [1].

ومن الملاحظ أنه لا يوجد قانون ينص صراحة على تعريف هذا المصطلح، وهذا الموقف جدير بالتأييد، إذ إن إعطاء تعريف محدد للمنافسة غير المشروعة سوف يجعل هذا المصطلح أكثر جموداً، بحيث لا ينسجم تعريفه في مجتمع يسوده التطور العلمي و الفني في مجال ابتكار الحيل و أساليب الغش، كما أن تشريع القانون في فترة معينة قد لا يتناسب تطبيقه بعد مرور عشرات السنين، فقد يتخللها حصول التطور و التغير، و إتباع وسائل غير مشروعة، قد لا تكون معروفة لدى المشرع الذي سن القانون[2].

لذلك نجد أن هناك صعوبة في إعطاء تعريف جامع مانع للمنافسة غير المشروعة خاصة إذا ما علمنا أن أساليب الاحتيال والغش في تغير مستمر[3].

ومن الملاحظ على تعريف المنافسة غير المشروعة في الاصطلاح و القانون الاتفاق على استخدام الوسائل غير المشروعة المخالفة للشرع والقيم و الشرف.

المطلب الثاني: خصائص عامة يتميز بها تعريف المنافسة غير المشروعة

1- القيام بأفعال لا تتفق مع قواعد الأمانة و الشرف و النزاهة المتعارف عليها في الوسط التجاري، سواء كانت هذه الأعمال قد وقعت بسوء نية أم بحسن نية.

2- أن تكون هذه المنافسة بين مرتكب العمل و المتضرر، و هذا ما يفترض حتماً أنهما يزاولان نشاطاً تجارياً متشابهاً، أو قريب إلى حد ما.

---

[1] يونس، **المحل التجاري**، ص 131.

[2] الصفار، **المنافسة غير المشروعة للملكية الصناعية**، ص 23.

[3] المصدر السابق، ص 29.

3- إلحاق ضرر بالتجار من جراء استعمال هذه الوسائل المنافية للقوانين و الأعراف التجارية.

4- الهدف من المنافسة غير المشروعة قد لا يتجه في بعض الأحيان إلى تحقيق مردود مادي يعود على التاجر المنافس، بل قد يبتغي تاجر معين الإضرار بالغير دون أن يحقق أرباحاً له، بل وقد تؤدي المنافسة غير المشروعة ذاتها إلى إلحاق الخسارة بالتاجر نفسه، فمثلاً: يقوم تاجر بطرح منتجات تحمل علامة مميزة،و بأسعار أقل من سعر التكلفة، و في غير الموسم المحدد للتصفيات، أو لتخفيض أسعار السلع، بهدف الإضرار بتاجر يبيع نفس السلعة[1].

المطلب الثالث: الفرق بين المنافسة المشروعة و المنافسة غير المشروعة

تعتبر المنافسة أمراً ضرورياً و مطلوباً في ميدان النشاط التجاري، متى كانت في حدودها المشروعة، أما إذا انحرفت عن هذه الحدود، بأن تحولت إلى صراع بين التجار، يحاول كل منهم جذب عملاء غيره من التجار، و إلحاق الضرر بهم، فإنها تصبح شراً واجب المحاربة، ويكون ضررها أكثر من نفعها[2].

فالإسلام رفض الإضرار بالآخرين في أي مجال كان، فقد قال –صلى الله عليه و سلم: "**لا ضرر و لا ضرار**"[3]، و التي أصبحت فيما بعد من أشهر القواعد الفقهية التي يبنى عليها الكثير من المسائل في مجال المعاملات، بالإضافة إلى نهيه – عليه السلام – عن مجموعة من البيوع لاشتمالها على الضرر بالآخرين.

فمهما تعددت الأهداف و الغايات التي يحددها المجتمع لوجوده و مستقبله، يجب أن تكون ضمن الإطار الإسلامي العام الذي ينطلق من الأخوة الصادقة بين جميع الأفراد، حيث تتجسد الأخوة الصادقة في ضرورة أن تأخذ النشاطات الاقتصادية لأفراد المجتمع طابعاً تعاونياً صحيحاً، فلا يلجأ أحد إلى المنافسة المدمرة أو إلى الاحتكار الضار، إلا أن الطابع التعاوني وفق

---

[1] الصفار، **المنافسة غير المشروعة للملكية الصناعية**، ص 30.

[2] العليكي، عزيز، **القانون التجاري**، دار الثقافة،عمان، ص 135.

[3] سبق تخريجه، ص72.

التعاليم الإسلامية لا يلغي المنافسة الحرة البناءة الهادفة إلى تحسين الإنتاج و خير المجتمع عامة، و إنما الذي يجب إلغاؤه وفق القيم الإنسانية هو المنافسة التي تؤدي إلى ضرر الغير من المنتجين و المستهلكين[1].

[1] هيكل، عبد العزيز فهمي، **مدخل إلى الاقتصاد الإسلامي**، دار النهضة العربية، بيروت، ص 65-66.

المبحث الثاني

من طرق الكسب غير المشروعة

سأتكلم في هذا المبحث عن بعض من طرق الكسب غير المشروع، و التي كانت موجودة في بداية الإسلام ثم نهى عنها، مبيناً و معللاً سبب هذا النهي، ومن هذه الطرق: الغش التجاري و الربا و القمار.

المطلب الأول: الغش التجاري وأثره على السوق

مقدمة: إن قضية الغش التجاري والتقليد أصبحت ظاهرة تؤرق اقتصاديات الدول، وتهز من مكانتها وسمعتها بين الأمم، والغش التجاري تصنفه سلطات القوانين في جميع أنحاء العالم بأنه جريمة كبرى، خاصة مع التطور السريع الحاصل في التكنولوجيا والإنترنت والعولمة، كل هذه العوامل أدت إلى تسريع تحويل أنتاج المنتجات المزيفة والمغشوشة وتزوير المستندات، بحيث أصبحت طاعوناً يكبد الشركات الأصلية والمستهلكين خسائر باهظة سنوياً، والذي يتصاعد بسرعة كبيرة، حيث يُقَدّر أن خمسة إلى عشرة بالمئة من جميع المنتجات والخدمات في جميع أنحاء العالم مقلدة، وما لم يتم اتخاذ إجراء ما بخصوص ذلك، فإن النسبة ستستمر في التصاعد، بما لها من تأثيرات سلبية على الاقتصاد العالمي، وهكذا نجد أن ظاهرة الغش التجاري باتت مشكلة كبيرة تهز من كيان كافة الأجهزة الحكومية والشعبية في عالمنا العربي والإسلامي، بعد أن أخذت أشكالاً وأنماطاً مختلفة، وأصبحت تشكل خطرا حقيقياً على حياة الشعوب، ومستقبل الأمة الاقتصادي واستقرارها الأمني والسياسي[1].

وقد دعا الإسلام إلى أن تقوم المنافسة على أسس سليمة، فلا تقوم على الغش والتضليل الذي تعددت طرقه، واختلفت وتنوعت صوره هذه الأيام من اختلاف في مواصفات السلع المعروضة والمعبأة عن المواصفات القياسية أو المعروفة للمستهلك أو المعلن عنها إلى طرق مضللة للتسويق والإعلان[2] فكان لا بد من دراسة هذه الظاهرة بصورة علمية وواقعية بهدف

---

[1] حميش، **حماية المستهلك من منظور إسلامي**، ص 49/50.

[2] الكفراوي، **أصول الاقتصاد الإسلامي**، ص 71.

القضاء عليها، وسأبدأ الحديث بتعريف الغش في اللغة والاصطلاح، ثم بيان أنواعه وحكمه مع الأدلة الشرعية، وبيان أسباب تفشي الغش التجاري وطرق محاربته وبيان أثره على السوق.

أولاً: تعريف الغش لغة واصطلاحاً:

* **لغة:** جاء في لسان العرب " الغش: نقيض النصح، و هو مأخوذ من الغشش و هو المشرب الكدر، و منه الغش في البياعات "[1]، " و غشه يغشه غشاً و شيء مغشوش واستغشه: خلاف استنصحه "[2]، و قال الفيومي: "غشه غشاً لم ينصحه و زين له غير المصلحة، ولبن مغشوش: مخلوط بماء "[3].

* **اصطلاحاً:** " الغش:" إظهار خلاف ما في الواقع، كخلط الجيد بالرديء لتكثيره، و كخلط السمن بما يشبه لونه ليظهر للغير أن الجميع جيد "[4]، و هو كذلك:" ان يوهم وجود مفقود مقصود وجوده في المبيع،أو يكتم وجود مقصود فقده، فهو إبداء البائع ما يوهم كمالاً في مبيعه كاذباً، أو كتم عيب "[5]،" فهو كتمان عيب يختلف الثمن لأجله "[6].

ثانياً: أنواع الغش:

الغش عدة أنواع، منه:

1- **الغش في المعاملات:**فأكثر ما يقع الغش في المعاملات المالية التي تتعلق بالمعاوضات، وقد ذكر الفقهاء صوراً للغش الواقع في زمانهم بين التجار و الصناع، ومنها [7]:

---

[1] ابن منظور، **لسان العرب**، مادة غشش، (323/6).

[2] الرازي، **مختار الصحاح**، مادة غشش (1013/3).

[3] الفيومي، **المصباح المنير**، مدة غش،(447/2).

[4] النفراوي، **الفواكه الدواني**، (285/2).

[5] العبدري، أبو عبد الله محمد بن يوسف بن أبي القاسم(ت: 897هـ)، **التاج و الإكليل لمختصر خليل**، دار الفكر، بيروت،1398م، (285/2). وانظر: الدردير، أبو البركات أحمد بن محمد بن عدوي، **الشرح الكبير** (169/3).

[6] انظر: ابن قدامة، **المغني**، (81/4). النووي، أبو زكريا يحيى بن شرف،(ت: 676هـ)، **المجموع شرح المهذب**، (117/12).

[7] وزارة الأوقاف و الشؤون الإسلامية، **الموسوعة الفقهية**،(220/31-223).

أ- **الغش بالتدليس:** كالكذب في سعر المبيع، أو كتمان عيب[1].

ب- **الغش بالتصرية:** وهو أن يترك البائع حلب الناقة مدة قبل بيعها، ليوهم المشتري كثـرة اللبن[2].

ج- **الغش بتطفيف المكيال و الميزان[3]:** وفيه ورد قوله تعالى: (وَيۡلٞ لِّلۡمُطَفِّفِينَ) "[4].

د- **التعامل بالنقد المغشوش:** مثل غش العملات و تزويرها[5].

هـ- **الغش في المرابحة:** كأن يقول البائع هي علي بمائة بعتك بها و بربح عشرة، ثم يتبين عكس ذلك[6].

2- **الغش بالكذب:** كالكذب في النصيحة يقول عليه الصلاة و السلام:" من استشاره أخوه فأشـار عليه بغير رشد فقد خانه "[7].

3- **غش ولاة الأمور لرعيتهم:** و المراد بأولي الأمر كل من تقلد شيئاً من أمر المسلمين، لحديث النبي – صلى الله عليه و سلم –:" ما من عبد يسترعيه الله رعية يموت يوم يموت وهو غاش لرعيته إلا حرم الله عليه الجنة "[8]، و في حديث آخر:"أيما راع استُرعي رعية فغشها فهو في النار"[9].

---

[1] انظر: العبدري، **التاج والإكليل**، (344/4)، الشربيني، **مغني المحتاج** (63/2)، البهوتي، **كشاف القناع** (213/3).

[2] **انظر**: الشربيني، **مغني المحتاج** (63/2).

[3] انظر: ابن نجيم، **البحر الرائق** (245/2)، الكاساني، **بدائع الصنائع** (196/5).

[4] سورة المطففين، آية 1.

[5] انظر: ابن نجيم، **البحر الرائق** (218/6)، الحطاب، **مواهب الجليل** (336/4)، البهوتي، **كشاف القناع** (272/3).

[6] انظر: ابن عابدين، **حاشية ابن عابدين**، (140/5)، ابن جزي، **القوانين الفقهية**، ص 174.

[7] أحمد، **المسند** (8249)،(321/2). قال الألباني في ضعيف الأدب المفرد حديث ضعيف، ص38.

[8] مسلم، **صحيح مسلم**، كتاب: الإيمان، باب: استحقاق الوالي الغاش لرعيته النار، (142)، (125/1).

[9] أحمد، **المسند**،أول مسند البصريين، حديث معقل بن يسار، (19406). الطبراني، **المعجم الكبير**، (533)،(228/2).قال الألباني:صحيح، انظر: الألباني، **السلسلة الصحيحة**، مكتبة المعارف، الرياض، (347/4).

4- **الغش العلمي (الثقافي):** حرمت الشريعة الإسلامية انتحال الرجل قولاً لغيره أو إسناده إلى غير من صدر منه، و قضت بضرورة نسبة القول إلى قائله و الفكرة إلى صاحبها، لينال هو دون غيره أجر ما قد تنطوي عليه من خير، أو يتحمل وزر ما قد تجره من شر، فقد روى الإمام الغزالي أن الإمام أحمد سئل عمن سقطت منه كتب فيها أحاديث أو نحوها، يجوز لمن وجدها أن يكتب منها ثم يردها؟ قال: لا، بل يستأذن ثم يكتب[1].

ثالثاً: تعريف الغش التجاري:

عرف الغش التجاري بعدة تعريفات، لكن على الرغم من اختلافها في الألفاظ و الكلمات إلا أن مضامينها متقاربة، و تعكس مفاهيم و معاني واحدة:

فقد عُرّف بأنه:" كل فعل أو قول يتم بوسائل احتيالية، و ينصبُّ على سلعة أو خدمة مما يعينه القانون، و يقع بالمخالفة للقواعد المقررة لها في التشريع أو أصول الصناعة أو الخدمة، متى كان من شأن ذلك الفعل أن ينال من خواص السلعة أو الخدمة أو ينقص من فائدتها أو ثمنها، حتى لو كان المتعاقد الآخر على علم به "[2].

فالغش التجاري إذاً يتمثل في التحايل على المواصفات و المقاييس و الأنظمة الصحية، والتعدي على حقوق الملكية الفكرية للأفراد و الشركات و المؤسسات، و طرح سلعة أو خدمة مغشوشة في السوق مخالفة للسلع و الخدمات الأصلية، ومن الأمثلة عليه: ما يعمد إليه بعض أصحاب المصانع من تقليد العلامات الخاصة التي تتميز بها بعض الشركات المعروفة بالجودة، والمشهود لها بالإتقان ودقة الصنع، وكذلك يجب التنويه إلى أن الغش التجاري لا يقتصر على غش السلع، بل يتعداه إلى الغش في الخدمات أيضاً بكل أصنافها من خدمات صحية و تعليمية وتجارية ومالية وسياحية واتصالات ونقل وتخزين وتأمين [3].

---

[1] الغزالي، **إحياء علوم الدين** (96/1).

[2] حميش، **حماية المستهلك من منظور إسلامي**، ص 54، نقلاً عن: ندوة الغش التجاري و أثرها على الاقتصاد الوطني، دولة الإمارات العربية المتحدة،ص 32.

[3] حميش، **حماية المستهلك من منظور إسلامي**، ص 55.

رابعاً: حكم الغش في الشريعة الإسلامية:

الغش حرام، وهو كبيرة من الكبائر، وفاعله فاسق، وترد شهادته، وقد علل ابن عابدين ذلك بقوله: " لأن الغش من أكل أموال الناس بالباطل[1].

يقول الإمام الترمذي: بعد أن أورد حديث:"ومن غشنا فليس منا ": "حسن صحيح، والعمل على هذا عند أهل العلم كرهوا الغش و قالوا: الغش حرام "[2].

فقد نهى الإسلام عن الغش في المعاملات عموماً، و نهى عن مبايعات ومعاملات لا تتفق مع الأخلاق التي يدعو إليها، وذلك لأن النظام الذي أقامه الإسلام في جانب المعاملات وشؤون المال و الاقتصاد هو نظام أخلاقي بحت، فضلاً عن أنه يقيم مجتمعاً يتكافل فيه الناس، والغش يناقض ذلك كله[3].

وفي ذلك يقول الإمام الغزالي:" على البائع أن يظهر عيوب جميع المبيع، خفيها وجليها، ولا يكتم منها شيئاً، فذلك واجب، فأن أخفاه كان ظالماً و غاشاً، و الغش حرام، وكان تاركاً للنصح في المعاملة، و النصح واجب "[4].

وقال ابن عابدين:" أما بيان نفس العيب فواجب لأن الغش حرام "[5]، وفي نفس المعنى يقول ابن قدامة المقدسي: "وكل ما وقع عليه اسم الغش فالشراء به و البيع به حرام "[6].

خامساً: الأدلة على تحريم الغش:

ورد تحريم الغش في القرآن الكريم و السنة و الإجماع:

---

[1] ابن عابدين، **الحاشية**، (47/4).

[2] الترمذي، **سنن الترمذي**، كتاب البيوع، باب: ما جاء في كراهية الغش في البيوع،(386/2).

[3] حميش، **حماية المستهلك من منظور إسلامي**، ص 57، نقلاً عن شرح تشريعات الغش،ص 19.

[4] الغزلي، **إحياء علوم الدين**، (194/2).

[5] ابن عابدين، **الحاشية**، (140/5).

[6] ابن قدامة، **المغني**، (53/4).

*** من القرآن الكريم:**

- يقــول تعــالى:(يَـٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُواْ لَا تَأۡكُلُوٓاْ أَمۡوَٰلَكُم بَيۡنَكُم بِٱلۡبَٰطِلِ إِلَّآ أَن تَكُونَ تِجَٰرَةً عَن تَرَاضٖ مِّنكُمۡۚ وَلَا تَقۡتُلُوٓاْ أَنفُسَكُمۡۚ إِنَّ ٱللَّهَ كَانَ بِكُمۡ رَحِيمٗا)[1].

- و يقول تعالى:(وَأَوۡفُواْ ٱلۡكَيۡلَ إِذَا كِلۡتُمۡ وَزِنُواْ بِٱلۡقِسۡطَاسِ ٱلۡمُسۡتَقِيمِۚ ذَٰلِكَ خَيۡرٞ وَأَحۡسَنُ تَأۡوِيلٗا)[2].

- ويقــول تعــالى:(وَيۡلٞ لِّلۡمُطَفِّفِينَ ۝١ ٱلَّذِينَ إِذَا ٱكۡتَالُواْ عَلَى ٱلنَّاسِ يَسۡتَوۡفُونَ ۝٢ وَإِذَا كَالُوهُمۡ أَو وَّزَنُوهُمۡ يُخۡسِرُونَ ۝٣ أَلَا يَظُنُّ أُوْلَـٰٓئِكَ أَنَّهُم مَّبۡعُوثُونَ ۝٤ لِيَوۡمٍ عَظِيمٖ)[3].

وجه الدلالة:

فهذه الآيات تنهى عن أكل أموال الناس بالباطل و الغش، و تأمر بإيفاء المكاييل ووجوب الوزن بالعدل.

*** من السنة الشريفة:**

- ما روي أن النبي – صلى الله عليه و سلم – مر على صبرة طعام فأدخل يده فيهــا فنالــت أصابعه بللاً، فقال:" ما هذا يا صاحب الطعام؟ قال: أصابته السماء يا رسول الله، قال: أفــلا جعلته فوق الطعام كي يراه الناس؟ من غش فليس مني، وفي لفظ من غشنا فليس منا[4]"

- وقال عليه الصلاة السلام:" لا يحل لمريء مسلم يبيع سلعة يعلم أن بها داء إلا أخبر به"[5].

---

[1] سورة النساء، آية 29.

[2] سورة الإسراء، آية 35.

[3] سورة المطففين، آية 1-5.

[4] سبق تخريجه، ص16.

[5] البخاري، **صحيح البخاري**، كتاب: البيوع، باب: إذا بين البيعان و لم يكتما ونصحا (731/2).

- وقال عليه الصلاة السلام:" أيما راع استرعي رعية فغشها فهو في النار"[1].

دلالة هذه الأحاديث: تدل هذه الأحاديث دلالة واضحة على تحريم الغش، و فيها الوعيد الشديد لمن يقوم بالغش.

* **الإجماع:** الإجماع قائم على تحريم الغش، نقل هذا الإجماع الكثير من العلماء[2] منهم: صاحب الفواكه الدواني[3] حيث يقول:" والغش حرمته مجمع عليها"[4]، فالفقهاء مجمعون على أن الحيل التي يلجأ إليها المتعاقد لخداع المتعاقد الآخر تؤثر على لزوم العقد، و يكون للمدلس عليه حق الخيار، وهو ما يسمى بخيار العيب، و للعاقد حق الرجوع في العقد بعد تمامه إذا اطلع على عيب المعقود عليه[5].

سادساً: حكم الغش التجاري و التقليد في الشريعة الإسلامية:

الغش التجاري والتقليد أحد أنواع و أشكال الغش الذي منعته الشريعة الإسلامية وشددت على تحريمه للأسباب الآتية[6]:

1- أن ذلك من أنواع الغش: و غش المسلمين و الكذب و الاحتيال عليهم حرام شرعاً.

2- ولأن ذلك من باب أكل أموال الناس بالباطل.

3- ولأن فيه تبخيس للناس و التطفيف في مكاييلهم التي وضعوها لسلعهم و بضائعهم، فأصبحت علامات مميزة لسلعة معروفة و مطلوبة، فتقليدها بخس و تطفيف.

---

[1] سبق تخريجه، ص84.

[2] انظر: العبدري، **التاج والإكليل**،(344/4). ابن قدامة، **المغني**، (97/4). الخرشي، **حاشية الخرشي**،(55/5). الشوكاني، **نيل الأوطار**، (54/5).

[3] هو: أحمد بن غانم بن سالم القاهري المالكي الشهير بالنفراوي ، (ت:1120هـ)، كان محدثا وفقيها، من أفضل المتأخرين ،أخذ عن الإمام الشمس محمد البابلي، انظر، المرادي، **سلك الدرر في أعيان القرن الثاني عشر**،(96/1).

[4] النفراوي، **الفواكه الدواني**، (285/2).

[5] ابن عابدين، **الحاشية**، (5/5). الشربيني، **مغني المحتاج**،(425/2). ابن قدامة، **المغني** (107/4). الحطاب، **مواهب الجليل** (45/4).

[6] حميش، **حماية المستهلك من منظور إسلامي** ص 62-61.

4- ولأن في الغش التجاري و التقليد كتماناً للعيب الموجود في السلع.

5- ولما في ذلك من التعاون على الإثم و العدوان، و الله تعالى يقول:(وَلَا تَعَاوَنُواْ عَلَى ٱلۡإِثۡمِ وَٱلۡعُدۡوَٰنِ)[1].

6- و لما يترتب على ذلك من ضرر على المتعاقد، و الضرر واجب الدفع، بدليل قوله – صلى الله عليه و سلم –:" لا ضرر و لا ضرار "[2].

7- و لما فيه من الإضرار بأصحاب السلع الأصلية الصحيحة: فتكسد سلعهم و يكون ذلك سبباً في خسارتهم لأموال طائلة، بذلوا جهوداً كبيرة حتى أصبحت سلعهم علامات مسجلة لها قيمة كبيرة في الأسواق.

8- و لأن في ذلك مخالفة لأوامر ولي الأمر و عصيانه و الخروج على أحكامه، و الله تعالى أمر بطاعة أولي الأمر، حيث قال سبحانه و تعالى:(يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُوٓاْ أَطِيعُواْ ٱللَّهَ وَأَطِيعُواْ ٱلرَّسُولَ وَأُوْلِي ٱلۡأَمۡرِ مِنكُمۡ)[3].

سابعاً: من أسباب تفشي ظاهرة الغش التجاري:

هناك أسباب و دواعي كثيرة تدفع المحتالين و التجار إلى الغش في معاملاتهم و تجارتهم، منها[4]:

* ضعف الإيمان، و عدم الخشية من الله، فعن أنس – رضي الله عنه – قال:" ما خطبنا نبي الله – صلى الله عليه و سلم – إلا قال: لا إيمان لمن لا أمانة له، و لا دين لمن لا عهد له"[5].

---

[1] سورة المائدة، أية 2.

[2] سبق تخريجه، ص72.

[3] سورة النساء، آية 59.

[4] حميش، **حماية المستهلك من منظور إسلامي**، ص 66-65، نقلاً عن مجلة الاقتصاد الإسلامي (العدد 235، ص-61 60).

[5] أحمد، **المسند**، (12406)، (135/3). قال الألباني: صحيح، انظر: الألباني، **الجامع الصغير وزيادته**، ص1314.

* الجهل و عدم المعرفة و الإحاطة بفقه المعاملات الشرعية.

* عدم مراعاة الأسس و القواعد الأخلاقية في المعاملات التجارية بصورة خاصة، فلقد أصبح الطمع و النظرة المادية الربحية هي الغالبة في أخلاق التجار

* الرغبة في تعظيم الأرباح غير المشروعة، و بالتالي تحقيق الثراء السريع بغض النظر عن الطرق الشرعية أو غير الشرعية التي تؤدي لذلك.

* قلة وعي بعض المستهلكين، و عدم إلمامهم بمواصفات السلع، و مصادرها و أنواعها المختلفة.

* السيل الكبير للإعلانات التجارية دون ضوابط، و عدم مصداقيتها، مما ساعد على انتشار الغش التجاري بطريق غير مباشر.

* عدم تطبيق، أو ضعف تنفيذ و تطبيق القوانين الخاصة بالرقابة التجارية، التي تحد من الغش التجاري و التقليد.

* الانفتاح التجاري و الاقتصادي العام، و الحرية التجارية، وعدم مواكبة التشريعات والقوانين التجارية للتطورات الاقتصادية المتسارعة.

* المنافسة غير المشروعة في الأسواق تلعب دوراً كبيراً في المساعدة على انتشار عمليات الغش التجاري، لمحاولة كل طرف بيع أو توزيع البضاعة أو السلع بأقل سعر ممكن، لتحقيق أكبر قدر من الأرباح.

* قلة الوعي لدى بعض التجار حول أهمية الاضطلاع على القوانين المنظمة للأنشطة التجارية بالدولة، و عدم لجوء هؤلاء التجار لجهات الاختصاص للاستشارة قبل الشروع بأي معاملة تجارية.

* التعامل بحسن نية، وهي الصفة الغالبة على التاجر المحلي.

وفي تنبيه التاجر إلى أهمية تجنب الغش وطرقه يقول الإمام الغزالي:" أن يُظهــر –أي التاجر– جميع عيوب المبيع خفيها وجليها ولا يكتم منها شيئا، فذلك واجب، فإن أخفاه كان ظالما غاشا، و الغش حرام، وكان تاركا للنصح في المعاملة، والنصح واجب، ومهما أظهــر أحســن وجهي الثوب وأخفى الثاني كان غاشا، وكذلك إذا عرض الثياب في المواضع المظلمة، وكــذلك إذا عرض أحسن فردي الخف أو النعل وأمثاله"[1].

أما ابن تيمية فيقول:" فمعلوم أن المحتال ليس بناصح للمحتال عليه بل هو غــاش لــه، وهذا بيّن يظهر مثله في الحيل التي تبطل الحقوق التي تثبت، أو تمنع الحقوق التــي تثبــت، أو توجب شيئا لم يكن ليجب، فإذا كان الصدق و البيان واجبين في المعاملة موجبين للبركة، فــإن الكذب والكتمان محرمين ماحقين للبركة، فمعلوم أن كثير من الحيل أو أكثرها لا يتم إلا بوقوع الكذب، أو الكتمان أو تجويزه"[2].

ثامناً: من طرق محاربة الغش التجاري:

إن المخاطر الكثيرة التي تهدد الأفراد و المجتمع والاقتصاد، نتيجــة للغــش التجــاري تفرض على مجتمعاتنا ضرورة توظيف كل الجهود الرسمية والحكومية والشعبية لملاحقة الغش التجاري بكل أشكاله وألوانه ومطاردة الغشاشين، وتقديمهم للعدالة، ومعاقبتهم بما يستحقونه من عقاب ليكونوا عبرة لمن يعتبر، وفيما يلي بعض الحلول و التصورات لمكافحة ظــاهرة الغــش التجاري بشتى صوره وأشكاله[3]:

* لا بد من التوعية بأصول المعاملات الاقتصادية والتجارية من منابعها الإسلامية الأصلية في الشريعة، واجتهاد الفقهاء.

---

[1] الغزالي، **إحياء علوم الدين**،(75/2).

[2] ابن تيمية، تقي الدين أبو العباس أحمد بن عبد الحليم الحراني، (ت:728هـ)، **الفتاوي الكبرى**، تحقيق: محمد عبد القادر عطا، مصطفى عبد القادر عطا، دار الكتب العلمية، بيروت، ط1،1408هـ، (151/6).

[3] حميش، **حماية المستهلك من منظور إسلامي**، ص 69-70. نقلاً عن مجلة الاقتصاد الإسلامي، العــدد 235، شــوال، 1421هـ.

* الحث على أهمية مراعاة القيم الأخلاقية الإسلامية و نشرها، والتعاون في هذا مع وزارات الأوقاف والشؤون الدينية والمدارس والجامعات والكليات.

* سن القوانين الرادعة والصارمة التي من شأنها إيقاع العقاب الرادع على كل من يمارس الغش التجاري.

* إيجاد هيئة مواصفات ومقاييس خاصة في كل بلد للمساعدة في معرفة البضائع المقلدة، والرقابة على الشركات التجارية، التي تقوم باستيراد البضائع من الخارج.

* تشجيع الجمعيات الأهلية لحماية المستهلك، والتي تساعد الأجهزة الرقابية على ملاحقة ظاهرة الغش ومطاردة الغشاشين، سواء كانوا موزعين أم منتجين.

* قيام وسائل الإعلام المختلفة بتوعية الجماهير وإمدادهم بالمعلومات السليمة عن مواصفات السلع، وأساليب كشف المنتجات المغشوشة سواء كانت غذائية أم صناعية، وبالتالي محاصرة ظاهرة الغش التجاري، والحد من مخاطرها الصحية والأمنية والاقتصادية والأخلاقية.

* إنشاء محاكم خاصة للغش التجاري، واعتبار كافة أنواع الغش التجاري والصناعي من الجرائم المخالفة للقانون.

ومما ورد عن ابن تيمية أنه قال: ولأن الغش يدخل في البيوع بكتمان العيوب وتدليس السلع، مثل أن يكون ظاهر المبيع خيرا من باطنه، وهؤلاء يجب نهيهم عن الغش والخيانة والكتمان[1]، ومن يفعل ذلك فإنه يجوز أن يعاقب بتمزيق الثوب الذي غشه، والتصدق بالطعام الذي غشه[2].

---

[1] ابن تيمية، تقي الدين أبو العباس أحمد بن عيد الحليم الحراني(ت:728هـ)،**كتب ورسائل وفتاوي ابن تيمية**، تحقيق: عبد الرحمن بن محمد النجدي، (72/28).

[2] ابن تيمية، **كتب ورسائل وفتاوي ابن تيمية**،(363/29).

تاسعاً: أثر الغش التجاري والتقليد على السوق:

للغش التجاري آثار سلبية على مختلف الأنشطة الاجتماعية و الأخلاقية والاقتصادية، لا تطال المستهلكين فحسب بل تتعدى ذلك لتؤثر سلباً على رجال الأعمال والتجار والصناع، وبالتالي يتأثر الاقتصاد الوطني، والسمعة الاقتصادية، ومن هذه الآثار[1]:

* الغش التجاري يهدم الأخلاق و يمحق البركة، لأنه لا يقدم عليه إلا من كان منعدم الأخلاق، لا يدري بما قد تسببه سلعته المغشوشة من أضرار بالبلاد و الأفراد.

* ينتج عن الغش التجاري و التقليد أضراراً بالاقتصاد الوطني، و يؤثر سلباً على النشاط الاقتصادي لأي بلد، فيؤثر على الاستثمار و نقل التكنولوجيا، و المبادلات التجارية الاقتصادية بشكل عام.

* ولتفشي الغش والتقليد أثر عكسي على تطوير المناخ الجيد لجذب الاستثمار الأجنبي.

* و ينتج كذلك عن تفشي الغش التجاري والتقليد خروج بعض المصانع و الشركات الوطنية من الأسواق، لعدم تمكنها من التنافس مع شركات السلع المقلدة التي تعتمد على قلة تكلفة إنتاجها وانخفاض أسعارها.

* الإضرار بالسلع الأصلية حيث يقل الإقبال عليها، مما يؤدي إلى كسادها فيسبب الخسائر الكبيرة لأصحابها.

* مستهلك السلع المغشوشة معرض لأضرار كبيرة في صحته نتيجة تناوله مواداً غذائية أو أدوية فاسدة، و أضرار في ماله نتيجة استعماله سلعة ذات جودة متدنية لا تساوي ما دفع فيها. * ومن آثاره فقد الثقة بين المتعاملين، و نشر الريبة و الخديعة، و استعمال الطرق الملتوية والحيل للحصول على الربح، وهذا يؤثر سلباً على بيئة الاستثمار المحلي، و سمعة الصناعات المحلية.

---

[1] حميش، **حماية المستهلك من منظور إسلامي**، ص 67-69.

* و التاجر أيضاً معرض لخسارة ماله و سمعته نتيجة الغش و المنافسة غير المشروعة، كما أن الغش التجاري لا يضر الإنسان فقط، بل إنه يضر بالحيوان و النبات و المحصول الزراعـــي والمنتجات الطبيعية أيضاً.

* ومن جهة أخرى يؤدي نمو أسواق المنتجات المغشوشة و المقلدة إلى خسائر فـــي حصـــيلة الضرائب و الرسوم المستحقة، إذ أن السلع المقلدة تباع عادة عبر قنوات غير شرعية؛ بسبب تهرب بائعي هذه السلع من دفع الرسوم و الضرائب المستحقة.

* إضافة إلى أن الدولة تصبح ملزمة بتخصيص مصاريف زائدة و باهظة لمكافحة الغش، الأمر الذي يثقل كاهل ميزانية الدولة، بدلاً من تحويل هذه المصاريف إلى إنعاش الصناعات المحلية خاصة الناشئة منها.

المطلب الثاني: الربا وأثره على السوق:

أولاً: المقصود بالربا لغةً و اصطلاحاً:

* **تعريف الربا لغةً:** الربا في اللغة تعني الزيادة، يقال:" أربى فلان على فـــلان" أذا زاد عليـــه، وربا الشيء إذا عظم و نما، و أربيت إذا أخذت أكثر مما أعطيت و يقال: فلان في ربا قومه أي في رفعة منهم و شرف"[1].

يلاحظ على التعريف اللغوي أن المقصود به مطلق الزيادة و الفضـــل، و هـــذا لـــيس مقصوداً عند الفقهاء ؛ لأن الزيادة بشكل عام ليست ربا في كل الحالات، وإنما الزيادة المقصودة هي التي تتضمن الكسب الحرام الذي فيه استغلال أحد الطرفين للآخر، و لو كانت مطلق الزيادة حرام لحرم البيع كله[2].

---

[1] الفيروز أبادي، **القاموس المحيط** (326/2).انظر: الفيومي، **المصباح المنير** (217/1). الرازي، **مختار الصـــحاح** ص 232.

[2] عبد الهادي، أبو سريع محمد، **الربا و القرض في الفقه الإسلامي**، دار الاعتصام، بلا سنة نشر، ص 28-29.

*** تعريف الربا اصطلاحاً:**

أولاً: عند الحنفية: الربا هو " الفضل الخالي عن العوض بمعيار شرعي بشروط لأحد المتعاقدين في المعاوضة"[1].و المقصود(بالفضل): الزيادة في أحد الجنسين المتماثلين، والمقصود (بخال عن العوض) أي صرف الجنس بجنسه و يخرج الجنس بخلاف جنسه والمقصود (بالمعيار الشرعي) هو الكيل أو الوزن، و يقصد(بأحد المتعاقدين) البائع والمشتري، و يقصد (في المعاوضة) أي ليس الفضل في الهبة بربا[2].

ثانياً: عند الشافعية: هو" عقد على عوض مخصوص غير معلوم التماثل في معيار الشرع حالة العقد أو مع تأخير في البدلين أو أحدهما"[3].

والعلة عند الشافعية الإطعام و لو كان غير مكيل و لا موزون و ذلك في غير النقدين.

ثالثاً: عند المالكية: التعريف عندهم قريب من تعريف الشافعية إلا أن العلة عندهم في غير النقدين الإطعام الذي يدخر عادة، أما علة النقدين فهي الثمنية[4]كالشافعية و يدخل في المطعوم عندهم الخضر كالبطيخ و البطاطس،إلا أنهم اعتبروا الربا في البر و الشعير جنس واحد لتقارب منفعتهما فيشترط التماثل و القبض[5].

ومن تعريفهم للربا:" هو الزيادة في العدد، أو الوزن، محققة أو متوهمة و التأخير"[6].

رابعاً: عند الحنابلة: الربا شرعاً هو الزيادة في شيء مخصوص[7]، و المقصود بالشيء المخصوص هو الكيل أو الوزن بالتفاضل فإنه ربوي ما لم يكن نقداً، فإن كانا من جنس واحد

---

[1] ابن عابدين، **الحاشية**، (5/168-169)

[2] عبد الهادي، **الربا و القرض في الفقه الإسلامي**، ص 31.

[3] الرملي، شمس الدين بن محمد بن أبي العباس، **نهاية المحتاج إلى شرح المنهاج**، دار الفكر، بيروت، (3/409). الشربيني، **مغني المحتاج**(2/21).

[4] الصاوي، أحمد، **بلغة السالك لأقرب المسالك**، تحقيق: محمد عبد السلام شاهين، 1415هـ، دار الكتب العلمية، بيروت، (2/24)

[5] الصاوي، **بلغة السالك**، (2/25)

[6] العدوي، علي الصعيدي، **حاشية العدوي**، تحقيق: يوسف الشيخ محمد البقاعي، 1412هـ،دار الفكر، بيروت، (5/65).

[7] البهوتي، منصور بن يونس بن إدريس، (1051هـ)، **الروض المربع شرح زاد المستنقع في اختصار المقنع**، تحقيق: سعيد محمد اللحام، دار الفكر، بيروت، (2/106)

كالبر بالبر التماثل مع القبض، و إن اختلف الجنس فيعتبر القبض فقط و يجوز التفاضل كـــالبر بالشعير[1].

ومن تعريفاتهم للربا:" هو تفاضل في أشياء و نساء في أشياء، مختص في أشـــياء ورد الشرع بتحريمها– أي بتحريم الربا فيها–"[2]

ثانياً: حكم الربا: الربا محرم في القرآن الكريم و السنة الشريفة:

في القرآن الكريم:

* قال تعالى:(يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُواْ ٱتَّقُواْ ٱللَّهَ وَذَرُواْ مَا بَقِيَ مِنَ ٱلرِّبَوٰٓاْ إِن كُنتُم مُّؤۡمِنِينَ ﴿٢٧٨﴾ فَإِن لَّمۡ تَفۡعَلُواْ فَأۡذَنُواْ بِحَرۡبٖ مِّنَ ٱللَّهِ وَرَسُولِهِۦۖ وَإِن تُبۡتُمۡ فَلَكُمۡ رُءُوسُ أَمۡوَٰلِكُمۡ لَا تَظۡلِمُونَ وَلَا تُظۡلَمُونَ)[3].

* و قال تعالى:(يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُواْ لَا تَأۡكُلُواْ ٱلرِّبَوٰٓاْ أَضۡعَٰفٗا مُّضَٰعَفَةٗۖ وَٱتَّقُواْ ٱللَّهَ لَعَلَّكُمۡ تُفۡلِحُونَ)[4].

* وقال تعـــالى:(فَبِظُلۡمٖ مِّنَ ٱلَّذِينَ هَادُواْ حَرَّمۡنَا عَلَيۡهِمۡ طَيِّبَٰتٍ أُحِلَّتۡ لَهُمۡ وَبِصَدِّهِمۡ عَن سَبِيلِ ٱللَّهِ كَثِيرٗا ﴿١٦٠﴾ وَأَخۡذِهِمُ ٱلرِّبَوٰاْ وَقَدۡ نُهُواْ عَنۡهُ وَأَكۡلِهِمۡ أَمۡوَٰلَ ٱلنَّاسِ بِٱلۡبَٰطِلِۚ وَأَعۡتَدۡنَا لِلۡكَٰفِرِينَ مِنۡهُمۡ عَذَابًا أَلِيمٗا)[5].

---

[1] عبد الهادي، **الربا و القرض في الفقه الإسلامي**، ص 33.

[2] البهوتي، **كشاف القناع**، (251/3)

[3] سورة البقرة، آية 278-279.

[4] سورة آل عمران، آية 130.

[5] سورة النساء آية 160-161.

* وقـــال تعـــالى: (ٱلَّذِينَ يَأۡكُلُونَ ٱلرِّبَوٰاْ لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ ٱلَّذِي يَتَخَبَّطُهُ ٱلشَّيۡطَٰنُ مِنَ ٱلۡمَسِّۚ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمۡ قَالُوٓاْ إِنَّمَا ٱلۡبَيۡعُ مِثۡلُ ٱلرِّبَوٰاْۗ وَأَحَلَّ ٱللَّهُ ٱلۡبَيۡعَ وَحَرَّمَ ٱلرِّبَوٰاْ) [1].

وفي السنة الشريفة:

* فقد ورد في البخاري عن أبي هريرة أن النبي – صلى الله عليه وسلم – قال: "اجتنبوا السبع الموبقات... و ذكر فيها أكل الربا "[2].

* ما ورد أن الرسول – صلى الله عليه وسلم – قال:" لعن الله آكـل الربـا وموكلـه وكاتبـه وشاهديه"[3].

* ما ورد أن الرسول – صلى الله عليه وسلم – قال:" درهم ربا يأكله الرجل و هو يعلم أشد من ست و ثلاثين زنية"[4].

ثالثاً: أنواع الربا: يقسم الربا الذي يتعلق بالبيع و الأمور التجارية إلى نوعين:

1- ربا الفضل: وهو الذي يتحقق في حال بيع مال ربوي بمثله، مع زيادة في أحد البدلين على الآخر مناجزة، فيشترط في تبادل السلع أو الأموال الربوية وجوب التساوي في الكميات المبادلة في الجنس الواحد.

2- ربا النسيئة: وهو تأخير قبض أحد البدلين في بيع المال الربوي بجنسه أو بغير جنسه،

---

[1] سورة البقرة، آية 275.

[2] البخاري، **صحيح البخاري**، كتاب: الوصايا، باب: قول الله تعالى:" إن الذين يأكلون أموال اليتامى ظلما إنما يأكلون في بطونهم نارا وسيصلون سعيرا"، (1017/3)،(2615).

[3] أحمد، **المسند**، (3725)، (393/1)، قال الألباني: صحيح، انظر: الألباني، **الجامع الصغير وزيادته**، ص922.

[4] أحمد، **المسند**، (225/5)،(22007)، قال الألباني: صحيح، انظر: الألباني، **الجامع الصغير وزيادته**، ص569.

مما يتحد معه بالعلة، و يحصل الربا إذا جرى تأجيل القبض في أحد البدلين المختلفي الصنف في حالتي الصرف و المقايضة[1].

دليل تحريمهما:

* قوله عليه الصلاة و السلام:" لا تبيعوا الذهب بالذهب إلا مثلاً بمثل، و لا تشفوا بعضها على بعض[2]، و لا تبيعوا الورق بالورق إلا مثلاً بمثل و لا تشفوا بعضها على بعض، و لا تبيعوا غائباً بناجز"[3].

* وقوله عليه الصلاة و السلام:" الذهب بالذهب، و الفضة بالفضة، و البر بالبر، و الشعير بالشعير، و التمر بالتمر، و الملح بالملح، مثلاً بمثل، سواء بسواء، يداً بيد، فإذا اختلفت هذه الأصناف فبيعوا كيف شئتم إذا كان يداً بيد"[4].

وجه الدلالة في الحديثين: أفاد الحديثان حرمة ربا الفضل و النسيئة، أما حرمة الفضل فقد نهى النبي– صلى الله عليه و سلم – عن الزيادة في المال الربوي المتحد الجنس بقوله في الحديث الأول: " لا تبيعوا... إلا مثلاً بمثل"، و قوله في الحديث الثاني بعد أن عدد الأصناف الستة:" مثلاً بمثل " لأن الزيادة عين ربا الفضل، و أكد ذلك بقوله في الحديث الأول: "و لا تشفوا بعضها على بعض"، و في الحديث الثاني:" سواء بسواء" أي بلا زيادة.

وأما حرمة النسيئة، فقد نهى النبي– صلى الله عليه وسلم – عن التأخير، و هو ربا النسيئة بقوله في الحديث الأول:" و لا تبيعوا منها غائبا بناجز". و في الحديث الثاني:"يداً بيد" إي إذا كان مناجزة وحالاً فجائز إلا إذا تأجل أحد البدلين في العين أو المال الربوي فغير جائز وهو ربا النسيئة[5].

---

[1] الجوعاني، **ضوابط التجارة في الاقتصاد الإسلامي**، ص 343

[2] لا تشفوا بعضها على بعض: بضم التاء، أي لا تفضلوا وتزيدوا، والشف بالكسر الزيادة والنقصان، وهو من الأضداد، انظر: ابن حجر، **فتح الباري**، (380/4).

[3] البخاري، **صحيح البخاري**، كتاب: البيوع، باب: بيع الذهب بالذهب، (761/2)، (2066).

[4] البخاري، **صحيح البخاري**، كتاب: البيوع، باب: بيع الفضة بالفضة، (761/2)، (2067).

[5] الجوعاني، **ضوابط التجارة**، ص 243-244.

رابعاً: أثر الربا على المنافسة التجارية المشروعة:

حرم الإسلام الربا و حاربه منذ بداية التشريع الإسلامي حرباً لا هوادة فيهـا، و ذلك يعود للأضرار الجسيمة التي يسببها سواء كانت هذه الأضرار على الجانب الاقتصادي أم الاجتماعي أم الأخلاقي، و فيما يلي توضيح لبعض هذه الأضرار من الناحية الاقتصادية:

إن الربا من أهم الأسباب التي تؤدي إلى البطالة و الركود الاقتصادي، وهو يعطل كذلك الطاقات العاملة في المجتمعات الإنسانية، ذلك لأن كثيراً من طاقات العمل و رجال الأعمال قد تقل أو تتوقف بسبب أن الربا يوقع العمال في مشكلات اقتصادية صعبة، فحين تلحق بالإنسان ضائقة مالية ولا يجد أمامه إلا المرابي ليقرضه المال بفوائد مالية عالية تعتصر هذه الفوائد ثمرة إنتاجه وتؤثر في إنتاجه[1].

كما يؤثر الربا على أسعار السلع و الخدمات فيؤدي إلى ارتفاعها ارتفاعاً باهظاً نتيجة للاقتراض بالفائدة، فيؤدي ذلك إلى كف المستهلكين عن الإقبال على تلك السلع والخدمات المرتفعة الأثمان، و ذلك لعدم قدرتهم الشرائية، أو لأنها ترهق ميزانيتهم، مما يؤدي إلى كساد الكثير من تلك السلع في المخازن و المتاجر، وتوقف العديد من المنشآت الخدمية عن تقديم خدماتها، فتلجأ تلك المصانع و المنشآت إلى الاستغناء عن عمالها وموظفيها نتيجة تقليل الإنتاج، و ذلك بدوره يؤدي إلى ظهور البطالة بين العديد من أبناء المجتمع[2].

من المخاطر فضلاً عن الأضرار التي يسببها التعامل الربوي، ما تفعله بعض الحكومات من إيداعها للفائض من أموالها، أو استثمار تلك الأموال في البنوك الربوية في الدول الأجنبية، مما يعرض تلك الأموال إلى العديد من المخاطر كتقييد استعمالها أو انخفاض سعر العملات التي وضعت بها، أو غير ذلك، ولا تقتصر تلك المخاطر على عمليات الإيداع، بل يشمل ذلك أيضاً عمليات الاقراض بالفائدة التي تلجأ إليها بعض الدول، نتيجة لعدم اكتفائها ذاتياً مما يدفعها للاقتراض من الخارج طمعاً في الخروج من الضائقة المالية التي تواجهها، وللإسراع في

---

[1] الأشقر، عمر سليمان، **الربا و أثره على المجتمع الإنساني**، (620/2-621).

[2] الجوعاني، **ضوابط التجارة في الاقتصاد الإسلامي**، ص 237.

أعمالها الإنسانية و مشاريعها التنموية، و يكون ذلك بفائدة معينة، و لكنها سرعان ما تسيطر هذه الدول المقرضة على وسائل الدخل المهمة للدولة المقترضة كالجمارك مثلاً لضمان وفاء هذه القروض، و في ذلك خطورة عظيمة حيث تختل ماليتها و حالتها الاقتصادية بسبب هذا النوع من القروض ما يؤثر تأثيراً غير محمود في الوضع الاقتصادي[1].

كما أن الإسلام يقصد من تحريمه للربا الحيلولة دون المحاباة لرأس المال على حساب الجمهور الكادح و يسعى لتحقيق المساواة بين أفراد الأمة، فالمرابي بدلاً من أن يعمل عملاً مجدياً يصبح كالطفيلي يعيش من كد غيره، و قد شرف القرآن العمل و ذم الربا، قال تعالى: ﴿ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوٓاْ إِنَّمَا ٱلْبَيْعُ مِثْلُ ٱلرِّبَوٰاْ ﴾[2]، فبينما يستلزم البيع العمل والمهارة وارتفاع الروح المعنوية في الفرد، فإن الربا يؤدي إلى وجود طبقة مترفة مستبدة لا تعمل شيئاً، تتضخم الأموال بين يديها تضخماً شديداً لا يقوم على الجد و لا ينشأ عن العمل[3].

ومن أضرار الربا أو الفائدة، وهي الركيزة الأساسية التي تقوم عليها معظم معاملات البنوك الربوية الحديثة تشجيعاً للاكتناز وحبساً للمال وإنمائه عن طريق الفائدة بدلاً من مدامة استثماره و استفادة المجتمع منه، وفي ذلك عملية انسحاب للفرد من المجتمع، فلا يهمه بعد إيداعه للمال في أي بنك من البنوك الربوية ماذا يصنع بهذا المال، بل يظل ينتظر الفائدة في خمول و كسل بدلاً من كد و عمل و نفع للمجتمع، و في ذلك أيضاً تعطيل للطاقات و انقطاع للمنافع العامة التي لا تنتظم إلا بالتجارة و الصناعة و غيرها من الأعمال التي تعود على المجتمع بالخير و الرفاه[4].

---

[1] الجوعاني، **ضوابط التجارة في الاقتصاد الإسلامي**، ص 337، نقلاً عن عبد الهادي،محمد، الربا و القروض في الفقه الإسلامي،ص151/150.

[2] سورة البقرة، آية275.

[3] طبارة، عفيف عبد الفتاح، **روح الدين الإسلامي**، دار العلم، بيروت، 1978م، ص332/331.

[4] الجوعاني، **ضوابط التجارة**، ص338.

المطلب الثالث: القمار

القمار في اللغة: من قامر مقامرة وقماراً: لاعبه القمار، والقمار كل لعب فيه مراهنة[1].

والقمار عند علماء الفقه يعني: "كل لعب يشترط فيه غالباً أن يأخذ الغالب شيئاً من المغلوب، وأصله أن يأخذ الواحد من صاحبه شيئاً فشيئاً في اللعب، ثم عرفوه بأنه: تعليق الملك على الخطر والمال في الجانبين"[2].

القمار من أنواع المنافسة غير المشروعة وقد منعه الشرع منعاً باتاً، و اعتبر المال الذي يؤخذ بسببه غير مملوك، قال الله تعالى: (يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُوٓاْ إِنَّمَا ٱلۡخَمۡرُ وَٱلۡمَيۡسِرُ وَٱلۡأَنصَابُ وَٱلۡأَزۡلَٰمُ رِجۡسٞ مِّنۡ عَمَلِ ٱلشَّيۡطَٰنِ فَٱجۡتَنِبُوهُ لَعَلَّكُمۡ تُفۡلِحُونَ ﴿٩٠﴾ إِنَّمَا يُرِيدُ ٱلشَّيۡطَٰنُ أَن يُوقِعَ بَيۡنَكُمُ ٱلۡعَدَٰوَةَ وَٱلۡبَغۡضَآءَ فِي ٱلۡخَمۡرِ وَٱلۡمَيۡسِرِ وَيَصُدَّكُمۡ عَن ذِكۡرِ ٱللَّهِ وَعَنِ ٱلصَّلَوٰةِۖ فَهَلۡ أَنتُم مُّنتَهُونَ)[3]، فقد أكدت الآية الكريمة تحريم الخمر و الميسر و ذلك من عدة وجوه، منها تصدير الجملة بإنما، ومنها أن الله تعالى قرنها بعبادة الأصنام، و منها أنه جعلها رجساً، ومنها أنه جعلها من عمل الشيطان، و الشيطان لا يأتي منه إلا الشر البحت، وفيها الأمر بالاجتناب، و جعل الاجتناب من الفلاح، فإذا كان الاجتناب كان الارتكاب خيبة محققة، فالتعامل بالخمر والميسر ينتج عنه الوبال الكثير، كالوقوع في التعادي و التباغض من أصحاب الخمر والميسر، و ما يؤديان إليه من الصد عن ذكر الله تعالى، و إضاعة أوقات الصلاة، ثم جاء قوله تعالى:" فهل أنتم منتهون "، فكأنه قيل: قد تلي عليكم ما فيها من أنواع الصوارف والموانع، فهل أنتم مع هذه الصوارف و الموانع منتهون؟.

ومن القمار: أوراق اليانصيب، مهما كان نوعها، و مهما كان السبب الذي وضعت له، ومن القمار أيضاً الرهان في سباق الخيل، و مال القمار حرام لا يجوز تملكه [4].

---

[1] مصطفى إبراهيم وآخرون، **المعجم الوسيط**، (758/2).

[2] البركتي، محمد، **قواعد الفقه**، (1407هـ)، ص434.

[3] سورة المائدة، آية رقم 91/90.

[4] تقي الدين، النبهاني، **النظام الاقتصادي في الإسلام**، منشورات القدس، ط 2، فلسطين،1953م، ص 153/154.

المطلب الرابع: الغبن الفاحش

تعريف الغبن لغةً: الغبن: الخداع، يقال غبنه غبناً في البيع و الشراء خدعه و غلبه، و غبن فلانا نقصه في الثمن و غيره فهو غابن و ذلك مغبون،و انغبن و غبنه نقصه و خدعه و غبن فهـو مغبون أي منقوص في الثمن و غيره و الغبن هو بيع الشيء بأكثر مما يساوي[1].

تعريف الغبن اصطلاحاً: المقصود به:" هو ما لا يدخل تحت تقويم المقومين من أهل الخبـرة"[2]، وهو كذلك:" ان تطغى مصلحة أحدالمتعاقدين على مصلحة الآخر بحيث لا يكون توازن بين ما يأخذ و ما يعطي"[3].

حكم الغبن الفاحش:الغبن الفاحش حرام شرعاً للأدلة التالية:

* ثبت في الحديث الصحيح، طلب ترك الغبن طلباً جازماً، فقد ورد عن عبد الله بـن عمـر – رضي الله عنهما– أن رجلاً ذكر للنبي –صلى الله عليه و سلم – أنه يُخدع في البيوع فقـال: "إذا بايعت فقل لا خلابة[4]"[5].

* ما روي عن النبي – صلى الله عليه و سلم – قوله:" بيع المحفلات[6] خلابة و لا تحل الخلابة لمسلم "[7]، ففي الحديث طلب ترك الخديعة طلباً جازماً تأكد ذلك من لفظ " لا تحل" الوارد في الحديث.

---

[1] الرازي، **مختار الصحاح**، ص 468. الفيومي، **المصباح المنير**، (442/2).

[2] ابن عابدين، **الحاشية**، (251/1).

[3] بابلي، محمود محمد، **الأسس الفكرية و العملية للاقتصاد الإسلامي**، ط1،دار الرفاعي، السعودية،1983م،ص94.

[4] الخلابة: بكسر الخاء: هي الخديعة، يقال: خلبته أخلبه خلابة خدعته، انظر: ابن منظور، **لسان العـرب**، مـادة خلـب، (363/1).

[5] البخاري، **صحيح البخاري**، كتاب: البيوع، باب: ما ينهـى عـن إضـاعة المـال وقـول الله تعـالى:" والله لا يحـب الفساد"،(848/2)، (2276).

[6] المحفلات: التي جمع لبنها في ضرعها، انظر: ابن منظور، **لسان العرب**،(363/1).

[7] الترمذي، **سنن الترمذي**، كتاب: البيوع، باب: ما جاء في بيع المحفلات، (568/3)،(1268). قال الترمذي: حديث حسن صحيح، و العمل على هذا عند أهل العلم كرهوا بيع المحفلة، انظر، الترمذي، **سنن الترمذي**،(568/3).

ولا يسمى خديعة إذا كان يسيراً، لأنه يكون مهارة في المساومة، و إنما يكــون الغــبن خديعة إذا كان فاحشاً، فإذا ثبت الغبن فإن للمغبون الخيار، إن شاء فسخ العقد و أن شاء أمضاه، أي إذا ظهرت خديعة في المبيع جاز للمخدوع أن يرد الثمن، و يأخذ السلعة، إذا كان بائعاً، و أن يرد البيع و يأخذ الثمن إذا كان مشترياً، و هذا الخيار يثبت بشرطين: أحدهما: عدم العلم وقــت العقد، و الثاني، الزيادة أو النقصان الفاحش، و الغبن الفاحش هو ما اصطلح التجار على كونـــه غبناً فاحشاً، و لا يقدر ذلك بثلث و لا ربع، بل يترك لاصطلاح التجار في البلد وقــت إجــراء العقد، لأن ذلك يختلف باختلاف السلع و الأسواق[1].

والإسلام بتعاليمه السمحة يحرم الغش و الخداع بكل أشكاله وصوره، في كــل أنــواع البيوع، وكل أنواع الشراء، بل يحرمه في كافة المعاملات الإسلامية، وكل مسلم مطالــب بــأن يلتزم الصدق في شؤونه، و النصيحة للمسلمين أهم من أي مكاسب دنيوية يحصل عليها المــرء من وراء الغش و الخداع الذي يمحق البركة[2].

---

[1] رضا، **الخطوط الكبرى في الاقتصاد الإسلامي**،ص 138/139..

[2] قاسم، يوسف، **التعامل التجاري في ميزان الشريعة**، 1992م، ص 69.

المبحث الثالث

صور حديثة للمنافسة غير المشروعة

تمهيد

كان الحديث فيما سبق عن صور من المنافسة غير المشروعة عند السابقين، ونحن اليوم في زمن تطورت فيه الحياة وتشابكت مصالح الناس، و تنوعت احتياجاتهم وكثرت اهتماماتهم، بل وفسدت على العموم طباعهم، فابتكر المبطلون العديد من الأساليب والحيل الخبيثة للكسب غير المشروع، مما دمر حياة الناس، و أدخل الحرام في شتى مجالات الحياة.

فقد تطغى النفس البشرية وتظلم فيؤدي ظلمها وطغيانها إلى إيجاد أزمات اقتصادية مفتعلة، تؤثر سلبياً على احتياجات الناس، بل وتتحكم في رقابهم وأولادهم ومعيشتهم، لذا وجدنا أن الفقهاء المسلمين يعنون أشد العناية بتفصيل الأحكام الخاصة بذلك على ضوء الكتاب والسنة ومصادر التشريع الأخرى، لتحقيق الأمن الاقتصادي، حيث إنه ضرورة للفرد والمجتمع لإيجاد التوازن بين مصالح الأفراد والجماعة،والقضاء على الخلل الاقتصادي الذي يقوض دعائم الحياة الاقتصادية،[1] وكذلك أعمال المنافسة غير المشروعة تنطوي على مخالفة القوانين واللوائح أو الإخلال بالنزاهة والأمانة في مباشرة النشاط التجاري، وهذه الأعمال كثيرة ومتنوعة لا يمكن حصرها، حيث تفرز البيئة يوماً بعد آخر صورة من صور المنافسة غير المشروعة، [2] لذلك سأتناول في هذا البحث بعض هذه الصور، وسأجعل البحث في أربعة مطالب أتحدث فيها عن تعمد الإساءة إلى سمعة التاجر، وعن الأعمال التي تؤدي إلى اضطراب التنظيم الداخلي للمتجر، والتنزيلات على البضائع، والأعمال التي من شانها أن تؤدي إلى اضطراب السوق.

المطلب الأول: الإساءة إلى سمعة التاجر

يعمد بعض التجار ممن فسدت طويتهم، وخبثت مقاصدهم، وساءت أخلاقهم وعشعش الحسد في نفوسهم إلى القيام بأعمال خبيثة؛ القصد منها الإساءة إلى سمعة إخوانهم من التجار،

---

[1] عفيفي، أحمد مصطفى، **الاحتكار وموقف الشريعة الإسلامية منه**، ط1، مكتبة وهبة، القاهرة، 2003م، ص 5

[2] رضوان، فايز نعيم، **مبادئ القانون التجاري**، ط2، دار النهضة العربية، القاهرة، 1997م، ص 493

بقصد إضعاف تجارتهم، وصرف الناس عنهم لتحقيق المكاسب لسلعتهم بأنانية تفتقد الحد الأدنى من القيم و المشاعر النبيلة، مخالفون ما حث عليه القرآن الكريم و السنة المطهرة مـــن معـــاني الأخوة و الإيثار، و يكفي في هذا المقام التذكير بقول النبي عليه السلام:" لا يؤمن أحدكم حتـــى يحب لأخيه ما يحب لنفسه"[1]، وتتمثل هذه الأعمال في:

أولاً: الاعتداء على سمعة التاجر المنافس، ونشر بيانات كاذبة عنه:

ويكون ذلك بالاعتداء على شرفه وسمعته، وإذاعة معلومات كاذبة أو نشر إشاعات كاذبة عن اختلال مركزه المالي وإقدامه على الإفلاس، أو تصفية محله التجاري أو بيعـــه، [2] أو قـــد يكون حطاً من قيمة منتجاته ونوعيتها، أو بالادعاء بأن التاجر المنافس يبيع منتجات فاســـدة أو مغشوشة، أو تحذير المستهلكين من الخلط بين منتجاته ومنتجات منافس معين، [3] ويكون القصد من مثل هذه المعلومات المزاحمة وكسب الزبائن، أو بقصد الطعن في شهرة التاجر وســـمعته،[4] أو النيل من سمعته التجارية، بما يؤدي إلى اهتزاز ثقة العملاء في هذا التاجر ومحله وانصرافهم عنه[5].

ثانياً: الاعتداء على الاسم التجاري:

فقد تأخذ أعمال المنافسة غير مشروعة صورة الاعتداء على الاسم التجاري، مثل اتخاذ المحل المنافس اسماً تجارياً مشابهاً لاسم محل تجاري آخر، والاعتداء على الاسم التجاري يخول صاحبه رفع دعوى المنافسة غير المشروعة لحمايته، وما ينطبق على الاسم التجـــاري ينطبـــق كذلك على التسمية المبتكرة حيث تعتبر في بعض الأحيان عنصراً جوهرياً في المحل التجـــاري يعتمد عليه في جذب عملائه، [6] وكذلك الأعمال التي يكون من شأنها الحط من قيمـــة بضـــائع

---

[1] سبق تخريجه، ص22.

[2] رضوان، **مبادئ القانون التجاري**، ص 494.

[3] بو ذياب، سليمان، **مبادئ القانون التجاري**، ط1، المؤسسة الجامعية (مجد)، بيروت، 2003م، ص 179.

[4] سامي، فوزي محمد، **القانون التجاري**، ط1، دار الثقافة، عمان، 1999م، ص 95.

[5] دويدار، هاني، **القانون التجاري**، دار الجامعة الجديدة، الاسكندرية، 2004م، ص230. الفقي، محمد الســيد، **القـــانون التجاري**، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2008م، ص 315.

[6] رضوان، **مبادئ القانون التجاري**، ص 494 / 495.

التاجر المنافس، فمثلها الإدعاء بأنها مغشوشة، أو غير مطابقة للمواصفات المطلوبة، أو الادعاء بأنها تحتوي على مواد مخدرة يحرمها الدين، أو أن المادة الأولية المستخدمة في صناعتها سريعة التلف، وتعرض المستهلك للأخطار، إلى غير ذلك من معلومات كاذبة تؤدي إلى انصراف زبائن التاجر عن بضاعته,[1]وكذلك استخدام التاجر لعنوان تجاري يعود إلى التاجر الآخر، وكذلك استخدام علامة تجارية تعود لتاجر آخر، لأن مثل هذه الأفعال تؤدي إلى تضليل الزبائن وخداعهم[2].

ثالثاً: الاعتداء على العلامة التجارية:

المقصود بالعلامة التجارية: هي كل وصف أو بيان أو أية إشارة أخرى، مما يشير مباشرة إلى رقم البضائع أو مقدارها أو مقياسها أو وزنها، أو إلى المكان أو البلاد التي صنعت فيه هذه البضائع، أو إلى كون البضائع تتمتع بامتياز أو بحق طبع لا يزال معمولاً به[3]، وهي تهدف إلى تمييز المنتج عن غيره من المنتجات أو المثيلات المنافية لها [4]، والعلامة التجارية هي ثمرة نجاح التاجر في إنتاج و توزيع سلع لاقت قبولاً، لذا يكون من حقه الاحتفاظ به[5].

وتوحي العلامة التجارية إلى مستوى معين من الجودة و النوعية الخاصة بالسلعة، والمكانة الاجتماعية للشخص الذي يستخدمها، إضافة إلى الحماية القانونية للسلعة و البائع فيما يتعلق باستعمال العلامة التجارية، فعلى سبيل المثال الخضراوات و الفواكه عليها علامة تجارية خاصة بها [6]، فالعلامة التجارية هي بمثابة البطاقة الشخصية للمنتجات و البضائع والسلع التي تشكل أساس الاقتصاد لأي دولة، لذلك تتنوع هذه العلامات بتنوع النشاط الذي يمارسه الأشخاص أفراداً كانوا أو جماعات[7].

[1] كريم, زهير عباس، **مبادئ القانون التجاري**، ط2، دار الثقافة، عمان،1997م، ص237.

[2] سامي، **القانون التجاري**، ص 95.

[3] زين الدين، صلاح، **الملكية الصناعية والتجارية**، ط1، دار الثقافة، عمان، 2000م، ص464.

[4] جامعة القدس المفتوحة، **مبادئ التسويق**، ص 239.

[5] محرز، **الحق في المنافسة المشروعة**، ص 42.

[6] جامعة القدس المفتوحة، **مبادئ التسوق**، ص 239.

[7] السلامات، ناصر عبد الحليم، **الحماية الجزائية للعلامة التجارية**، ط1،دار السلام الحديثة، القاهرة، 2008م، ص20.

وهو نتيجة لتقدم الصناعة و تطورها، بحيث تميــزت بعــض المصـــانع و الشـــركات بخصائص في إنتاجها، وجدت إقبالاً من الناس، و حرصاً على اقتناء ما تنتجـــه ؛ لجودتـــه، أو نقائه، أو مناسبته، أو غير ذلك، و المشتري –عادة– يبحث عن العلامة التجارية، التي تميز هذا الإنتاج عن غيره، فإذا لم يجدها أعرض ؛ لذا تلجأ الشركات المقلدة إلى وضع العلامة، التي تدل على إنتاج تلك المصانع، التي يفضلها المشترون على سلعها المنتجة[1].

ويعتبر الاعتداء على العلامة التجارية التي يتخذ منها المتجر شارة لتمييز منتجاتـــه، أو تقليدها أو تزويرها من أعمال المنافسة غير المشروعة، [2]لأنه يترتب على كسب ملكية العلامـــة التجارية حق خاص لصاحبها يخول له وحده استعمال العلامة، ومنع الغير من استعمالها، إلا أن الاعتداء على هذا الحق لا يتحقق إلا بتزوير العلامة أو تقليدها من المزاحمين لصـــاحبها فـــي صناعة أو تجارة، [3] حتى إذا استعمل أحدهم اسمه الشخصي كعلامة تجارية، ثم قام شخص آخر بالاعتداء على هذه العلامة جاز لصاحبها أن يطلب وقف هذا الاعتداء مع التعويض[4]، فاستعمال التاجر أو تقليده علامة تجارية مملوكة لتاجر آخر من شأنه تضليل الجمهور وخداعهم، لأن مثل هذا العمل يؤدي إلى الاعتقاد بأن المحلين التجاريين متطابقين، أو أن احدهما فرع للآخر، طالماً أن بضاعته تحمل نفس العلامة التجارية، وهذا نوع من الغش، لا شك فيه، و يدخل في حظيرة الممنوعات ؛ لأنه يبيع نوعاً غير جيد على أنه جيد، و يكون شأنه كشأن من خلط اللبن بالمـــاء، أو باع القديم على أنه جديد[5].

رابعاً: وضع بيانات تجارية مخالفة للحقيقة:

ويقصد بالبيانات التجارية الإيضاحية التي يضعها التاجر على بضائعه لدلالة عددها أو مقدارها أو مصدر إنتاجها أو طريقة صنعها أو مكوناتها، وبناءً على ذلـــك إذا خـــالف التـــاجر

[1] القرني، **آداب السوق في الإسلام**، ص 48،

[2] رضوان، **مبادئ القانون التجاري**، ص 495.

[3] الغريب، **الاحتكار والمنافسة غير مشروعة**، ص91.

[4] حمدان، **حماية العلامة التجارية**، ص 115.

[5] القرني، **آداب السوق في الإسلام**، ص 49.

ووضع بيانات غير صحيحة على بضائعه، فإن هذا العمل يعد من صور المنافسة غير المشروعة.

فقد يرغب التاجر في اجتذاب عملاء محل تجاري آخر يكون منافساً له، فيأتي بأعمال ينتج منها اختلاط الأمر على جمهور المتعاملين ؛ مما يترتب عليه إما الانصراف عن المحل الذي اعتادوا التعامل معه إلى محل آخر، و إما الانصراف عن السلعة التي اعتادوا شراءها إلى شراء سلعة أخرى، و الأعمال التي ينتج عنها هذا الخلط كثيرة و متنوعة، ومن الأمثلة عليها: أن يقلد المنافس المظهر الخارجي لمحل منافسه، كما لو أنشأ نافذة لعرض البضاعة على نفس نمط النافذة التي أنشأها منافسه، أو إذا طلى المحل التجاري بنفس اللون، أو وضع فيه علامات أو زخارف مميزة يكون قد سبق لمنافسه استخدامها، إلى غير ذلك من الأساليب التي توقع الناس في اللبس فيختلط عليهم الأمر بالنسبة للمحلات المتنافسة، أو البضاعة التي تتجر بها [1]، فهذه الادعاءات المغايرة للحقيقة في مزاولة التجارة والتي قد تسبب نزع الثقة عن منشأة أحد المنافسين أو منتجاته أو نشاطه الصناعي أو التجاري، تعتبر من المنافسة غير المشروعة[2].

خامساً: تقليد طرق الإعلان:

ويعتبر من أعمال المنافسة غير المشروعة من شأنه جذب عملاء المحل التجاري المنافس، إذا كانت هذه الأعمال تخالف القانون أو العادات أو العرف التجاري، كعمليات تقليد الطبع أو طرق الإعلان أو البيع، فمثل هذه الأعمال تمس أهم عنصر من عناصر المحل التجاري، وهو الاتصال بالعملاء، والذي يحرص التاجر على استمراره من قبل متجره، باستخدام أساليب متميزة في الطباعة أو الإعلان أو البيع، وقد يعمد التاجر إلى إذاعة أو الإعلان عن أمور مغايرة للحقيقة في سبيل جذب عملاء غيره[3].

---

[1] يونس، **المحل التجاري**، ص 140-141.

[2] العليكي، عزيز، **الوسيط في شرح التشريعات التجارية**، ط1، دار الثقافة، عمان، 2008م، ص 108.

[3] رضوان، **مبادئ القانون التجاري**، ص 496-497.

المطلب الثاني: أعمال من شأنها إثارة الاضطراب في التنظيم الداخلي للمتجر

يكون الاعتداء على التنظيم الداخلي لمحل تجاري منافس من قبيل المنافسة غير المشروعة ؛ لأنه يهدف إلى تخلف المشروع عن سد حاجات العملاء، و صرفهم عن استمرار التعامل معه[1].

فيعتبر من قبيل المنافسة غير المشروعة كل فعل يكون من شأنه الاعتداء على سير العمل وانتظامه في المتجر، ذلك أن التاجر يعتمد كثيراً على التنظيم الداخلي لمتجره في جذب زبائنه، و المحافظة عليهم، فهو يختار العمال والمستخدمين و الفنيين والطاقم الإداري وغيرهم من الذين يعتمد عليهم نشاط المتجر، وقد يترتب على اختلال هذا التنظيم اضطراب نشاط المتجر وانصراف زبائنه عنه، [2] ومن صور ذلك تحريض العمال أو الموظفين الذين يعتمد عليهم المشروع المنافس على ترك العمل في المحل، أو تحريضهم على الإضرار وإثارة الفوضى في المحل المنافس، وقد يكون التحريض عن طريق إغراء العمال بترك العمل لدى المحل الذي يعملون فيه، والتحاقهم بالعمل في المحل المنافس، بهدف الاستفادة من خبرتهم[3]، أو إغراء عامل ماهر كان يشتغل لدى مؤسسة منافسة واستخدامه لديه بقصد اجتذاب عملاء المؤسسة المنافسة، أو الوقوف على سر أعمالها.[4]

المطلب الثالث: التنزيلات على البضائع وتخفيض أسعار البيع

المنافسة على خفض الأسعار لا تتسم بالندرة و لا بالتميز، ففي بعض الأحيان تنخفض الأسعار لأسباب اقتصادية منها انخفاض أسعار المواد الأولية، أو بسبب ظهور آلات حديثة تضاعف الإنتاج، وتقلل سعر التكلفة، وبالتالي ينخفض السعر[5].

---

[1] يونس، **المحل التجاري**، ص 142.

[2] كريم، **مبادئ القانون التجاري**، ص 238 / 239.

[3] رضوان، **مبادئ القانون التجاري**، ص496.

[4] بو ذياب، **مبادئ القانون التجاري**، ص179.

[5] محرز، **الحق في المنافسة المشروعة**، ص 85.

فلا خلاف أن البيع بأسعار منخفضة في مواسم التصفية السنوية، أو خلال بعض المناسبات الدينية أو الوطنية، لا يعد من قبيل المنافسة غير المشروعة، ذلك لأن الغرض من البيع بسعر منخفض في مثل هذه الأحوال ليس المقصود منه إحداث خلل في السوق، ولكن التخلص من بعض السلع التي تحول عنها ذوق الجمهور... الخ، أما إذا كان تخفيض السعر بنسب كبيرة،وكان القصد منه إغراق السوق، وجذب العملاء ثم العودة إلى رفع السعر،فإن مثل هذا العمل يعد من أعمال المنافسة غير المشروعة[1]،وكذلك إذا تجاوز تخفيض الأسعار الحد المألوف في المنافسة المشروعة، كما إذا باع التاجر أقل من سعر التكلفة، أو بخسارة حتى إذا نجح في اجتذاب عملاء المحال التجارية الأخرى، وهدم تجارتهم يقوم برفع الأسعار بعد ذلك، أو أن يستمر التخفيض طوال العام، مع تعمده إلى نشر بعض الإعلانات التي تقارن أسعاره وأسعار منافسيه، فإن كل هذه الأعمال تعد صوراً من المنافسة غير المشروعة، حيث يهدف من ورائها هدم وتحطيم تجاره غيره بطريقة غير مباشرة، أما إذا اتفق التجار على حد أدنى للأسعار، ثم قام أحدهم بتخفيض السعر عن السعر الجبري، بهدف جذب العملاء، لا يعد ذلك منافسة غير مشروعة إذا كان هذا التخفيض عبارة عن التنازل عن جزء بسيط من الأرباح في صورة تخفيض بسيط عن السعر الجبري[2].

وقد يلجأ المشروع التجاري إلى تخفيض أسعاره بأساليب متعددة بقصد جذب انتباه المستهلكين منها: توزيع وحدة مجانية – أو وحدات إضافية – في حالة شراء أكثر من وحدة (كإضافة علبة عصير إلى علبتين يجري شراؤهما)، أو توزيع هدايا و عينات مجانية.. إلى غير ذلك من الأساليب التي تلجا إليها المشروعات لتنمية مبيعات المنتج في الأجل القصير، وتعظيم المكاسب، خاصةً في ظل تجربة بيع منتج جديد والذي يعتبر التخفيض السعري المصاحب له من قبيل (تكلفة طرح) تتشابه مع تكاليف الإعلان والنشر، مع أن صناع هذه المنتجات لا يهدفون من ذلك الإحسان إلى البشرية، وإنما يأملون أن يحقق البيع اللاحق لهذه المنتجات مكاسب تغطي تكلفة الوحدات المجانية، ومن أمثلة ذلك أيضاً المضاربة غير المشروعة التي تحدث بورصة الأوراق المالية، فالمضارب هو الذي يتنبأ بارتفاع أو انخفاض الأسعار، وبناءً على ذلك يتعامل

[1] الغريب، **الاحتكار والمنافسة غير المشروعة**، ص 88.

[2] رضوان، **مبادئ القانون التجاري**، ص 498.

في السوق بغرض الاستفادة من التذبذب الطبيعي للأسعار إذاً فالمضاربة هي محاولة التنبؤ بسعر في المستقبل القريب للاستفادة من السعر في الوقت الحالي، أما إذا تدخل المضارب بأفعال من شأنها إحداث ارتفاع أو انخفاض مصطنع في الأسعار تصبح المضاربة غير مشروعة، أو تعد تلاعباً في الأسعار، لأنها اعتمدت على طرق احتيالية للتلاعب في الأسعار، وإحداث تموجات شديدة في حدودها القصوى بطريقة مفتعلة، بغرض الاستفادة من فروق الأسعار، [1] هذا ولأولي الأمر أن يسرعوا إلى توفير ما يحتاج إليه الناس إذا كان في هذا التسعير مصلحة وذلك إذا امتنع أرباب السلع عن بيعها مع حاجة الناس إليها إلا بزيادة على القيمة الأصلية المعروفة كما هو حال التجار الآن، و إذا علم أن أحداً يقوم بذلك، وجب التبليغ عنه للجهة المعنية، لأن هذا من قبيل الضرر الذي يجب أن يزال، ومن قبيل التعاون على البر و التقوى، ومن قبيل دفع الظلم، والسكوت على الظلم فيه عون للظالم على التمادي في ظلمه، والساكت عن الحق شيطان أخرس ولو رأى هؤلاء الظلمة من يقف ضدهم ما تمادوا في ظلمهم[2].

وقد منع الإسلام أن يبيع البائع بسعر يقل عن سعر السوق، فقد روى الإمام مالك في الموطأ عن عمر بن الخطاب أنه مر بحاطب بن أبي بلتعة [3]، وهو يبيع زبيباً له في السوق، فقال له عمر:" إما أن تزيد في السعر و إما أن ترفع من سوقنا"[4].

المطلب الرابع: أعمال من شأنها إثارة الاضطراب في السوق

وهي تعتبر من قبيل الأعمال غير المشروعة، لما تخلفه من أحداث واضطراب في سوق التجارة منها: انتحال أحد التجار لاسم وهمي أو لقب علمي ليس له أو الادعاء في إعلانات ينشرها بأن السلعة التي ينتجها فيها مواصفات على خلاف الواقع، أو يذكر أنه حاصل على جوائز أو نياشين أو ميداليات على خلاف الحقيقة، لأن مثل هذه الأفعال تؤدي إلى جذب الزبائن

---

[1] الغريب، **الاحتكار والمنافسة غير مشروعة**، ص 174 / 176.

[2] محرز، **الحق في المنافسة المشروعة**، ص 86.

[3] هو: حاطب بن أبي بلتعة، و يكنى أبا محمد، و هو من لخم، شهد بدراً و أحداً و الخندق و المشاهد كلها مع رسول الله صلى الله عليه وسلم، و بعثه رسول الله صلى الله عليه و سلم بكتاب إلى المقوقس صاحب الإسكندرية، مات بالمدينة سنة 30هـ، وهو ابن خمس و ستين، و صلى عليه عثمان – رضي الله عنه –. انظر: ابن سعد، أبا عبد الله محمد بن سعد بن منيع البصري الزهري، ت 230هـ، **الطبقات الكبرى**، دار صادر، بيروت،(بدون طبعة و لا سنة نشر)،(114/3).

[4] مالك، أبو عبد الله بن أنس الأصبحي، **موطأ الإمام مالك**، دار القلم، دمشق،1413هـ، ص 651.

إليه على حساب التجار الآخرين، ويحصل أيضاً أحياناً أن يبالغ التاجر في المهارة التي يدعيها لنفسه كأن يدعي مثلاً بأنه أفضل من يتقن إنتاج سلعة معينة أو يدعي أن هذه السلع من أجـود السلع، ومثل هذا الادعاء المبالغ فيه، لا يعد من الأعمال المنافسة غير مشروعة إلا إذا كان فيه تجاوز على تاجر آخر، كأن يدعي أنه أمهر من هذا التاجر، أو أن بضاعته أكثر جـودة مـن بضاعته، ففي هذه الحالة يكون مرتكباً لعمل من الأعمال غير المشروعة، [1] وكـذلك الاعتـداء على براءات الاختراع، أو على أسراره الصناعية التي يملك حق استثمارها[2].

ومنها أيضاً لجوء التاجر إلى أساليب الغش و الخديعة لتضليل الزبائن بقصـد تعريـف بضاعته، كما لو نشر عن بضاعته أموراً غير حقيقية تتعلق بمكوناتها أو أوصافها أو خصائصها أو الادعاء بأنه حصل على جوائز وتقديرات تتعلق بإنتاجه و بضاعته بشكل يخالف الحقيقة[3].

وكذلك تقليد الشكل الخارجي لمؤسسة منافسة، سواء من حيث لون الواجهة، أو زخرفة المكان أو طريقة العرض، أو ملابس المستخدمين، بشرط أن يتضمن التقليد العناصر الأصلية[4].

ومن ذلك أن يقوم التاجر بنشر قائمة بالأسعار التي يبيع بها السلعة، و يعقد مقارنه بين هذه الأسعار و الأسعار التي يجري التعامل عليها في السوق، و ذلك حتى يصرف العملاء عن منافسيه و يجتذبهم إليه، إلى غير ذلك من الأعمال التي لا يقتصر أثرها على منافس معين بـل يكون من شأنها إحداث الاضطراب العام في السوق[5].

ومن المنافسة غير المشروعة أيضاً: مخالفة التاجر للاتفاقيات التي تبرم بينه و بين تاجر آخر، أو الاتفاقيات التي تبرم بين التجار أو بين أصحاب المصانع و التي يكون الهـدف منهـا تجنب المنافسة غير المشروعة، و تنظيم التعامل التجاري بين التجار الذين يتعـاملون بأعمـال

[1] كريم، **مبادئ القانون التجاري**، ص 240.

[2] الفقي، **القانون التجاري**، ص 314.

[3] سامي، **القانون التجاري**، ص 95.

[4] بوذياب، **مبادئ القانون التجاري**، ص 178.

[5] يونس، **المحل التجاري**، ص144 .

تجارية مماثلة أو مشابهة[1]، فمن المنافسة الغير مشروعة الاتفاق بين مجموعة من التجار لتمكين أحدهم – أو بعضهم – من الضرر بمنافسه، و اقتسام ما ينتج عن ذلك من عائد بينهم[2].

مما سبق نخلص إلى أنه لا يمكن حصر الأفعال التي تعتبر من أعمال المنافسة غير المشروعة، و ذلك بسبب تعدد الوسائل و الأساليب التي تهدف إلى استمالة الزبائن لشراء بضاعة دون أخرى، أو السعي إلى جذب الزبائن من متجر إلى آخر، بطرق ملتوية و غير مشروعة، فكل ما من شأنه الإضرار بالآخرين أو التحايل على الشرع، أو الوقوع تحت ما نهى عنه الشرع من غش واحتيال ونقض للعهود، فهو مما حرمه الشرع، و يعد من المنافسة غير المشروعة.

---

[1] سامي، **القانون التجاري**، ص 95.

[2] الغريب، **الاحتكار و المنافسة غير المشروعة**، ص 77.

الفصل الثالث

صور من البيوع المنهي عنها في الإسلام وأثرها على السوق

المبحث الأول: الاحتكار وأثره على السوق

المبحث الثاني: تلقي الركبان وأثره على السوق

المبحث الثالث: بيع الحاضر للبادي وأثره على السوق

المبحث الرابع: بيع النجش وأثره على السوق

المبحث الخامس: البيع على بيع أخيه وأثره على السوق

المبحث السادس: السوم على سوم أخية وأثرة على السوق

الفصل الثالث

صور من البيوع المنهي عنها في الإسلام و أثرها على السوق

هناك صور كثيرة من البيوع التي نهت عنها الشريعة ؛ لما لها من أثر بالغ على السوق من نواح كثيرة: اقتصادية، و اجتماعية، وأخلاقية، بالإضافة إلى أن ممارسة مثل هذه البيوع يؤثر في المنافسة التجارية، ويعد من المنافسة غير المشروعة التي نهى عنها الشرع، و في هذا الفصل يتم التعريف بخمسة منها.

المبحث الأول

الاحتكار وأثره على السوق

وفيه نتعرف على معنى الاحتكار في اللغة و الاصطلاح، و شروط الاحتكار، و حكمه، مستدلين بالنصوص الشرعية الواردة فيه، و كذلك أثره على السوق، و الله الموفق.

مقدمة: حارب الإسلام الاحتكار حرباً لا هوادة فيها، و أنكر على كل محتكر صنيعه، فليس من المسلمين في شيء ذلك الذي يمنع الناس أقواتهم، ويشيع في صفوفهم الذعر على لقمة العيش، ليحصل على كسب حرام يزيد من ثروته الخاصة[1].

فالإسلام يقر الملكية الفردية، لكنه لا يجعلها مطلقة، بل يجعل منها وظيفة اجتماعية، بحيث يعود نفعها إليه، و إلى المجتمع الذي يعيش فيه، و سبب ذلك أن الله تعالى بين في كتابه العزيز أنه المالك لكل شيء، يقول سبحانه:(وَلِلَّهِ مُلْكُ ٱلسَّمَٰوَٰتِ وَٱلْأَرْضِ وَمَا بَيْنَهُمَا)[2]

ويقول سبحانه أيضاً: (لِلَّهِ مُلْكُ ٱلسَّمَٰوَٰتِ وَٱلْأَرْضِ وَمَا فِيهِنَّ)[3].

---

[1] عفيفي، **الاحتكار و موقف الشريعة الإسلامية منه**، ص 90.

[2] سورة المائدة، أية 17.

[3] سورة المائدة، أية 120.

المطلب الأول: تعريف الاحتكار

أولاً: الاحتكار في اللغة: " أصل الحكرة: الجمع والإمساك. وحكره يحكره حكراً: ظلمه وتنقصه وأساء معاشرته "[1]. وقال الجواهري: "احتكار الطعام: جمعه وحبسه يتـربص بـه الغـلاء"[2]، "والحَكَرُ: اللجاجة، والعسر، والاستبداد بالشيء: أي الاستقلال به"[3] ويأتي الحكر أيضاً بمعنـى: الإضرار، والجمع والتكثير.[4] " والحكر –بفتح الحاء وفتح الكاف وإسكانها–: هو الغلاء"[5]. ومن هنا نلحظ أن المعنى اللغوي للاحتكار يحمل معانٍ متقاربة تدور حول الجمع والادخار والإمساك والاستبداد بالشيء؛ للإضرار بالآخرين وظلمهم.

ثانياً: الاحتكار في الاصطلاح هو: " حبس الطعام للغلاء " [6]." فالمحتكر: هو الذي يعمـد إلـى شراء ما يحتاج إليه الناس من الطعام، فيحبسه عنهم ويريد إغلاءه عليهم، وهو ظـالم للخلـق المشترين "[7]. وهذا من الإضرار بالناس وظلمهم. وهذه بعض تعريفات الفقهاء للاحتكار:

عند الحنفية: الاحتكار: هو حبس الأقوات للغلاء[8]، وهناك تعريف آخر لهم: إشـتراء الطعـام ونحوه، وحبسه إلى الغلاء أربعين يوماً[9].

عند المالكية:" الادخار للمبيع، وطلب الربح بتقليب الأسعار، أما الادخار للقوت فليس من بـاب الاحتكار"[10].

---

[1] ابن منظور، **لسان العرب**، (208/4).الخطابي، حمد بن محمد بن إبراهيم البستي، **غريب الحديث** , تحقيق: عبد الكـريم العزباوي، جامعة أم القرى، مكة، (136/2).

[2] الرازي، **مختار الصحاح**، مادة حكر، (635/2).

[3] الزبيدي، **تاج العروس**، (72/11).

[4] انظر، السعدي، أبو القاسم علي بن جعفر، **الأفعال**، ط1، عالم الكتب، بيروت، 1983م، (225/1).

[5] النووي، أبو زكريا يحيى بن شرف بن مري، **تحرير ألفاظ التنبيه**، ط1، دار القلم، دمشق،1408م، (186/1).

[6] الجرجاني، **التعريفات**، (26/1).

[7] ابن تيمية، تقي الدين أبو العباس بن عبد الحليم الحراني، (ت: 728هـ)، **مجموع الفتاوى**، تحقيق: أنور البـاز. عـامر الجزار، دار الوفاء، (75/28).

[8] البابرتي، محمد بن محمد، (ت: 786هـ)، **العناية شرح الهداية**، (126/8)، بلا دار نشر أو طبعة.

[9] ابن عابدين، **الحاشية**، (398/6).

[10] مالك، أبو عبد الله بن أنس الأصبحي، **المدونة الكبرى**، دار صادر، بيروت، (291/10).

عند الشافعية: الاحتكار:" أن يشتري الأقوات وقت الغلاء – والعبرة فيه للعرف – ويبيعه بأكثر من ثمنه، للتضييق حينئذ،[1]" وهو أن يشتري الطعام في وقت الغلاء ولا يدعه للضعفاء، ويحبسه ليبيعه بأكثر عند اشتداد الحاجة "[2].

عند الحنابلة: الاحتكار المحرم هو ما اجتمع فيه ثلاثة شروط:

يقول ابن قدامة:" الاحتكار المحرم ما اجتمع فيه ثلاثة شروط:

أحدها: أن يشتري، فلو جلب شيئاً، أو أدخل من غلته شيئاً فادخره، لم يكن محتكراً...

الثاني: أن يكون المشترى قوتاً، فأما الإدام و الحلواء و العسل و الزيت و أعلاف البهائم فليس فيها احتكار محرم....

الثالث: يكون في بلد يضيق بأهله الاحتكار، كالحرمين و الثغور "[3].

ويلاحظ أن التعريف الفقهي يراعي مقصد الشريعة الإسلامية من منع الاحتكار بمختلف صوره، ألا و هو رفع الظلم و الضرر الذي يلحق بالناس بسبب المعاملات الاحتكارية، ولكن هناك بعض الحالات التي تعد من وجهة النظر الاقتصادية احتكاراً لا ينطبق عليها التعريف الفقهي، فالمفهوم الإسلامي يهتم بالضرر أو بالآثار السلبية التي تنجم فعلاً عن هذا التحكم وليس المحتمل حدوثها ؛ فالمفهوم الوضعي يتمركز حول الانفراد بالسوق و التحكم في العرض والطلب دون انتظار عواقبه، أما المفهوم الإسلامي فيتسم بالبساطة و يذهب مباشرة إلى علاج المشكلة وهو منع الضرر من منبعه، و عدم السماح بالإضرار بالآخرين[4].

المطلب الثاني: حكم الاحتكار

يدور حكم الاحتكار عند الفقهاء بين التحريم و الكراهة، و لهم في ذلك قولان:

---

[1] البجيرمي، سليمان بن عمر بن محمد، **حاشية البجيرمي**، المكتبة الإسلامية، تركيا، (225/2).

[2] النووي، **روضة الطالبين و عمدة المفتين**، المكتب الإسلامي، بيروت، 1405هـ، (411/3).

[3] ابن قدامة، **المغني**، (154/4). انظر أيضاً: الجصاص، **مختصر اختلاف العلماء**،(414/1).

[4] زكي، لينا حسن، **قانون حماية المنافسة و منع الاحتكار**، 2005م، ص 36.

القول الأول: الاحتكار حرام، وذهب إلى ذلك الحنفية [1]و المالكيـــة [2]، و جمهـــور الشـــافعية[3]، والحنابلة[4].

أدلتهم: استدل أصحاب هذا القول على تحريم الاحتكار بالكتاب و السنة:

أولاً: القرآن الكريم: جاء القرآن الكريم بأحكام عامة و قواعد كلية، منها تحريم الظلم، وتحـــريم كل ما يضر الناس و يؤدي بهم إلى الحرج و المشقة و التهلكة، منها ما أورده القرطبـــي فـــي تفسيره للآية الكريمة:(وَمَن يُرِدۡ فِيهِ بِإِلۡحَادِۭ بِظُلۡمٖ نُّذِقۡهُ مِنۡ عَذَابٍ أَلِيمٖ)[5]، أن المراد هـــو تحريم الاحتكار[6].

ثانياً: السنة النبوية: تناولت السنة النبوية الشريفة مدلول الاحتكار في عديد من الأحاديث منها:

1- و قال أيضاً: " لا يحتكر إلا خاطئ "[7].

2- وقال أيضاً:"من دخل في شيء من أسعار المسلمين ليغليه عليهم كان حقاً على الله أن يقعده بعظم جهنم رأسه أسفله "[8].

3- و قال – صلى الله عليه و سلم –:" بئس العبد المحتكر، إن سمع برخص ساءه، و إن سمع بغلاء فرح"[9].

---

[1] البابرتي، **العناية في شرح الهداية**، ص 110.

[2] الحطاب، **مواهب الجليل لشرح مختصر خليل**، (228/4).

[3] الشيرازي، أبو إسحاق إبراهيم بن علي بن يوسف، **المهذب في فقه الإمام الشافعي**، دار الفكر، بيروت، (229/1).

[4] ابن قدامة، **المغني**، (153/4).

[5] سورة الحج، آية 25.

[6] القرطبي، أبو عبد الله محمد بن أحمد الأنصاري، **الجامع لأحكام القرآن الكريم**، دار الشعب، القاهرة، (35/12).

[7] مسلم، **صحيح مسلم**، كتاب: المساقاه، باب: تحريم الاحتكار في الأقوات، حديث رقم: (1605)، (1228/3)

[8] أحمد، **المسند**، كتاب: أول مسند البصريين، حديث رقم:(20328)،(27/5). قال الألباني: ضعيف، انظر: الألباني، **غاية المرام**، (197/1).

[9] الطبراني، سليمان بن أحمد بن أيوب أبو القاسم(ت: 360)، **مسند الشاميين**، تحقيق: حمدي عبد العزيز،ط1، بيـــروت، مؤسسة الرسالة،1405هــ(232/1). فيه خالد بن معدان كان يرسل عن معاذ بن جبل، انظر: ابن حجر، أحمد بـــن علـــي العسقلاني، **تهذيب التهذيب**، ط1، بيروت دار الفكر، 1404هــ،(102/3).

القول الثاني: الاحتكار مكروه: و به قال بعض الشافعية[1].

أدلتهم: استدل هذا الفريق بما يأتي:

أولاً: ردوا على الروايات التي وردت بأنها قاصرة من حيث السند و الدلالة ؛ لاختلافهـا فـي تعداد ما يجري في الاحتكار، فمرة يكون عدده أربعة و أخرى خمسة وفي بعض الروايات ستة، وفيها حديث "من دخل في شيء من أسعار المسلمين.." وهو حديث ضعيف.

ثانياً: قالوا أن الناس مسلطين على أموالهم و هم يملكون تصرفاتهم.

ثالثاً: إشعار بعض الصحابة بالجواز محمول على الكراهة، و الأخبـار الأخـرى لا تسـتلزم التحريم[2].

القول الراجح: و القول الراجح هو القول بالتحريم، و ذلك لما يأتي:

أولا: إن الاحتكار من شأنه تحقيق مصلحة فردية، و أنه من المقرر أنه إذا تعارضت مصـلحة الفرد مع مصلحة الجماعة، يقدم الفقهاء مصلحة الجماعة على الفرد، كما هو واضح في القرآن والسنة و القواعد العامة، أن كل ما يكون سبباً في إحداث الضرر العام فإنه يكون محرماً قطعاً، والضرر يتقرر و جوب دفعه.

ثانيا: إن ارتفاع الأسعار والحد من زيادة الإنتاج، و تأخر الصناعة، و تحكم المحتكر في السعر، تدل على أن الاحتكار ظلم للناس، وضرر بهم، و يجب إزالة الضرر[3]؛ لقوله – صلى الله عليه

---

[1] الشيرازي، **المهذب**، (292/1).

[2] عفيفي، **الاحتكار و موقف الشريعة الإسلامية منه**، ص 108-109.

[3] عفيفي، **الاحتكار و موقف الشريعة الإسلامية منه**، ص 110.

وسلم – " لا ضرر ولا ضرار "[1]، وكذلك القاعدة الفقهية: "الضرر يزال"[2]، ولقول أبي يوسف[3]: "كل ما أضر بالناس حبسه فهو احتكار"[4].

المطلب الثالث: حكمة النهي عن الاحتكار وتحريمه

حرمت الشريعة الإسلامية احتكار الأشياء حتى لا يقع الضرر بالناس، و مادام الحكم معللاً بعلة فلا يصح أن يعدل عن سر التشريع في بعض الأمور و يؤخذ به في أمور أخرى، فمن المضارة أن تحجز السلع من الثياب و الأدوية، أو أي شيء غير ذلك مما يحتاجه الناس ويتضررون من حبسه عنهم في حياتهم[5]، فالفقه الإسلامي متفق على تحريم مبدأ الاحتكار، والإسلام إذ ينهى عنه إنما يريد أن يدعو إلى التصرف السريع في السلع تيسيراً على المحتاجين، واقتناعاً بما تيسر من الربح، وتضحيةً في سبيل مصلحة الجماعة، فالاحتكار يعتبر مانعاً من تبادل الثروة، ووسيلةً من وسائل السيطرة والاستغلال، و الإسلام حرم طرائق الكسب غير المشروع، عملاً بالقاعدة الفقهية التي تخضع لها جميع المعاملات وهي قوله – صلى الله عليه وسلم–: "**لا ضرر ولا ضرار**"[6]، والاحتكار فيه إضرار بالمستهلكين، وقد نهى الإسلام عن الكسب الخبيث الحرام الذي يتناقض مع التجارة عن تراض، ونهى عن الاعتداء، وأمر بالتعامل العادل[7]، و لهذا فإنه لو احتكر إنسان شيئاً، واضطر الناس إليه، و لم يجدوا غيره، أجبر على بيعه؛ دفعاً للضرر عن الناس، و تعاوناً على حصول العيش[8].

---

[1] سبق تخريجه ص72.

[2] هي القاعدة الثانية من قواعد الأصول المسوقات بشأن الضرر من حظر إيقاعه ووجوب إزالته بعد الوقوع، انظر: الزرقا، شرح القواعد الفقهية، ص179.

[3] هو: الإمام العلامة يعقوب بن إبراهيم الأنصاري الكوفي، (ت: 182هـ)، فقيه العراقين، صاحب أبي حنيفة، ، سمع هشام بن عروة، وأبا اسحاق الشيباني وغيرهما، نشأ في طلب العلم، قال عنه يحيى بن معين: ليس في أصحاب الرأي أكثر حديثا ولا أثبت من أبي يوسف، انظر: الذهبي، **تذكرة الحفاظ**،(214/1).

[4] السرخسي، **المبسوط**، (78/13).

[5] عفيفي، **الاحتكار و موقف الشريعة الإسلامية منه**، ص 149.

[6] سبق تخريجه، ص73.

[7] عفيفي، **الاحتكار و موقف الشريعة الإسلامية منه**، ص 107-108.

[8] الحطاب، **مواهب الجليل**، (228/4)

وفي هذا يقول د. وهبة الزحيلي[1]:" و أما الاحتكار فقد حرمه الإسلام تحريماً عاماً في كل ما يضر بالناس حبسه و منعه، و بخاصة السلع الغذائية، و ضرورات الناس الاستهلاكية، والسبب في تحريم الاحتكار أمر واضح، و هو منع استغلال المحتكر للمستهلكين بمغالاته في الثمن ومنع السلعة أحياناً من السوق.

ومن الأمثلة الحديثة التي يلجأ إليها المحتكرون في هذا العصر، إتلافهم لفائض إنتاجهم، وقذف كميات هائلة من محصولهم في البحار و المحيطات؛ سعياً إلى رفع أسعارهم، وإلى اختلاق الأزمات والقلاقل والبلابل في المجتمعات التي تحتاج إلى تلك السلع، فهذا السلوك الاحتكاري الحديث تقف وراءه الأنانية البغيضة، والجشع المهين، وتقديم المصلحة الخاصة على المصلحة العامة، وذلك بقصد التمكن من فرض السعر الذي يروق لهم، ولا يهمهم من قريب أو بعيد ضرر المجتمع الإنساني من جراء هذه الفعلة الشنيعة، ولهذا فَحرِيّ بمن كان هذا وصفه، وكانت تلك خصلته أن يكون طريداً مبعداً من رحمة الله وعطفه، في الدنيا والآخرة[2].

المطلب الرابع: علاقة الاحتكار بالمنافسة غير المشروعة

ترتبط المنافسة غير المشروعة ارتباطاً وثيقاً بالاحتكار، هذا بالرغم من أن المنافسة الحرة المشروعة قد تؤدي في بعض الأحيان إلى الاحتكار، وذلك عندما يتفوق التاجر المحتكر على منافسيه وينصرف العملاء إليه، إما بسبب كفاءته أو حسن إدارته، ومع ذلك يجب منع التاجر من الوصول إلى مركز احتكاري بعمل من أعمال المنافسة غير المشروعة، فهو عمل له مردودات اقتصادية واجتماعية لا تحمد عقباها ومن المُسَلّم به أن الاحتكار غير محظور لذاته، بل قد يكون الاحتكار أمراً لا مفر منه في حالة الاحتكار الطبيعي، أي عندما لا يستوعب السوق إلا تاجراً واحداً، لذا فإن المحظور هو الوصول إلى المركز الاحتكاري عن طريق القيام بأعمال تعد من أعمال المنافسة غير المشروعة، و تتمثل أعمال المنافسة غير المشروعة في مخالفة

[1] الزحيلي، وهبة، **الفقه الإسلامي و أدلته**، دار الفكر، بيروت، (4982/7-4983).

[2] سانو، قطب مصطفى، **الاستثمار أحكامه وضوابطه في الفقه الإسلامي**، ط، دار النفائس، الأردن، 1420هـ، ص183.

العادات التجارية، أو استخدام وسائل منافية لمبادئ الشرف والأمانة في المعاملات[1]، بالرغم من أن الاحتكارات تعمل بصورة عامة على رفع أسعارها، إلا أنها تلجأ أحياناً إلى تخفيض أسعارها، وقد تنزل بها إلى ما دون التكلفة من أجل القضاء على المشروعات الأخرى، فمثلاً في بداية عام 1961م قامت ثلاث شركات لإنتاج السكر في إيطاليا بتخفيض أسعارها بنسبة 13-12%، مما أدى إلى إفلاس مصانع السكر الصغيرة، وفي آذار من نفس العام عادت هذه الشركات و رفعت سعر السكر و بنسبة 25%، أي أعلى من مستواه السابق فعاودت ربحها أضعافاً مضاعفة بعد أن قضت على منافسيها[2].

فمثل هذا الخطر أصبح واضحاً جداً للعيان، و أصبح الجميع يعرف كيف تغلغل الاحتكار في أكثر ميادين الإنتاج العالمي، و كيف تحالف المحتكرون مع زملائهم في أنحاء البلاد، ونجحوا في تحديد الأسعار التي تؤتيهم الربح الفاحش، فقد خلقوا الأزمات و تآمروا على بخس أثمان المواد الخام التي تنتجها البلاد المتنامية، و أنزلوا الأضرار الجسيمة بها[3].

المطلب الخامس: شروط الاحتكار المحرم

تبين لنا مما تقدم من تعريفات للاحتكار، ومن الأدلة الشرعية على حرمته، أن الاحتكار المحظور هو ما يترتب عليه تحقق الظلم و الإضرار بالناس، وأن اختلفت الأساليب والعبارات في الأدلة الناهية، والتعاريف المبينة لحقيقته، وفيما يلي الشروط اللازمة لتحقق الاحتكار المحرم وهي ستة شروط[4]:

أولاً: أن يتم الحبس انتظاراً للغلاء.

ثانياً: أن يكون الاحتكار في وقت الحاجة.

---

[1] الغريب، **الاحتكار و المنافسة غير المشروعة**، ص 135-137.

[2] عفيفي، **الاحتكار و موقف الشريعة الإسلامية منه**، ص 34.

[3] الساهي، **المال و طرق استثماره في الإسلام**، ط1، 1981م، ص 102.

[4] انظر: ابن نجيم، **البحر الرائق** (229/8)، ابن عابدين، **الحاشية**،(399/6)، ابن قدامة، **المغني**،(244/4)، الدمياطي، أبو بكر بن السيد محمد شطا، **إعانة الطالبين**، دار الفكر، بيروت، (25/3).

ثالثاً: أن يكون الشيء المحتكر فاضلاً عن الكفاية.

رابعاً: أن يكون الشيء المحتكر مشتراً.

خامساً: أن يكون الشيء المحتكر قوتاً.

سادساً: أن يكون للاحتكار مدة محدودة.

وعليه فليس من الاحتكار ما يأتي[1]:

* ادخار الفلاح و الجالب الذي ينتج السلعة و لا يشتريها من السوق.

* شراء السلعة في وقت الرخص و ادخارها.

* شراء السلعة وقت الغلاء للقوت و الحاجة إليها، لا للتجارة و الربح فيها.

* شراء السلعة وقت الغلاء لتباع في حينها.

المطلب السادس: وسائل علاج الاحتكار

عالج الإسلام الاحتكار بوسائل مختلفة منها:

أولاً: تحريم ولعن المتكسبين به، فقال رسول الله – صلى الله عليه و سلم –:" بئس العبد المحتكر أن سمع برخص ساءه،و إن سمع بغلاء فرح "[2].

ثانياً: أسلوب الترغيب و الترهيب، فلقد رغب الإسلام في التصرف السريع للسلع، تيسيراً على المحتاجين، واقتناعاً بما تيسر من الربح، وتضحية في سبيل مصلحة الجماعة، وكذلك رغب الإسلام للتجار التمسك بالصدق والأمانة، وفي هذا يقول رسول الرحمة – صلى الله عليه وسلم:

[1] الغرياني،الصادق عبد الرحمن، **أحكام المعاملات المالية في الفقه الإسلامي**، منشورات الجامعة المفتوحة، طرابلس، ص 137.

[2] سبق تخريجه، ص118.

"التاجر الصدوق الأمين مع النبيين والصديقين والشهداء والصالحين"[1]، والإسلام عالج الاحتكار بالترهيب والوعيد أيضاً، كما جاء في الحديث الشريف "من احتكر على المسلمين طعامهم ضربه الله بالجذام و الإفلاس"[2].

ثالثاً: جبر المحتكر على البيـــع: اتفق الحنابلة [3]، والمالكية [4]، والحنفية [5]، على أن للحاكم جبـــر المحتكر على البيع، و ذلك لما في الاحتكار من وقوع ضرر بعامة الناس، ودفعاً لذلك الضـــرر العام، حيث يقول ابن تيمية:" لهذا كان لولي الأمر أن يكره الناس على بيع ما عندهم بقيمة المثل عند ضرورة الناس "[6].

رابعاً: سيطرة الحاكم على المال المحتكر: فإذا خاف الإمام الهلاك على أهل مصر، أخذ الطعام من المحتكرين و فرقه عليهم، لأنهم اضطروا إليه[7]، كما أنه لابد لولي الأمر من القيام بدوره في نهي المحتكرين و حبسهم و تعزيرهم في حالة عودتهم للاحتكار دفعاً للضرر عن الناس[8].

خامساً: تشجيع المنافسة: والتعامل الحر النزيه بين الباعة والمشترين، و إن ذلك مـــن شـــأنه تحقيق استخدام الموارد الاقتصادية أفضل استخدام، والمساهمة في الاستقرار الاقتصادي، كمـــا يجب مقاطعة سلع المحتكرين والإعراض عنهم حتى يقل الإقبال عليهم، فيضطرون إلى تخفيض الثمن و البيع بالسعر المعتدل، وفي المقابل تكثير الجلب، وتشجيع الدولة لـــه، بتقـــديمها كافـــة التسهيلات للتجار والباعة[9].

---

[1] سبق تخريجه، ص19.

[2] البخاري، **التاريخ الكبير**، تحقيق: همام الندوي، دار الفكر، بيروت،(217/8). الترمذي، **سنن الترمذي**، كتاب، البيـــوع، (515/3) حديث رقم (1209).

[3] ابن تيمية، أبو العباس تقي الدين أحمد بن عبد الحليم، **الحسبة في الإسلام**، المكتبة السلفية، القاهرة، 1980م،(144/28).

[4] الخرشي، **شرح مختصر سيدي خليل**، دار الفكر، بيروت، (196/2).

[5] الشرواني، عبد الحميد، **حواشي الشرواني**، دار الفكر، بيروت، (318/4).

[6] ابن تيمية، **الحسبة في الإسلام**، ص 22.

[7] الكاساني، **بدائع الصنائع**، (129/5).

[8] حميش، **حماية المستهلك من منظور إسلامي**، ص 83.

[9] عبده، موفق، **حماية المستهلك في الفقه الاقتصادي الإسلامي**، ط1، مجدلاوي، الأردن،2002م، ص 211.

المطلب السابع: أضرار الاحتكار وأثره على السوق

اولاً: **أضرار الاحتكار:**

إن المنافسة الكاملة تمكن المستهلك من أن يشتري المنتج من أي بائع يختاره، فالمنافسة بين البائعين تؤدي دائماً إلى حماية المستهلك من السلوك التحكمي للبائع الفرد، أما في حالة الاحتكار، فليس أمام المستهلك أي اختيار سوى الشراء من المحتكر أو عدم الشراء إطلاقاً، بالإضافة إلى الحد من الاختيارات المتاحة للمستهلك والذي يؤدي إلى كبح الابتكار و التجديد الإبداع، لأن المحتكر لا يخشى أية منافسة من الآخرين، كما أنه يؤدي إلى عدم الاستغلال الكامل للطاقة الإنتاجية، حرصاً من المحتكر على تجميد العرض، و تثبيته حتى لا ينخفض السعر، كما يؤدي الاحتكار إلى تخصيص غير كفء للموارد الاقتصادية، فالمحتكر يبذل كل جهده للتدخل في السياسات الاقتصادية التي تتعارض مع أهدافه في تحقيق أقصى ربح، سواء في وضع حدود للأسعار أو رفع أجور العمال[1].

إن استثمار الأموال عن طريق شراء السلع و حبسها بقصد إغلاء أسعارها مخالف للمبدأ الإسلامي الذي يرى في النقود و الأموال بصنوفها و سائل للتبادل و التداول لا ينبغي عليها أن تكتنز أو يحتفظ بها، و أنما يجب أن تكون في حركة مستمرة، و تداول دائم، و ليس من شك في أن الذي يحتكر سلعاً يخرج النقود عن هذه الوظيفة الأساسية التي جعلت من أجلها، بالإضافة إلى أن المحتكر مكروه من قبل أفراد المجتمع الذين يتضررون بسبب هذا الاحتكار؛ مما يوغر في صدورهم و يورثهم الضغائن و الأحقاد و الكراهية له و للمتعاملين معه[2].

وإذا ما نظرنا إلى طبيعة الضرر الذي يلحق بالمجتمع من جراء الاحتكار، فهو ليس مقتصراً على حرمان التملك الذي يلحق بعض الأفراد، بل يشمل كذلك على حرمان الكثير من ممارسة العمل؛ لانحصار الثروة بين الفئة المحتكرة، أو لاقتصار العمل على من هو ضمن هذه

---

[1] الغريب، **الاحتكار و المنافسة غير المشروعة**، ص132-133، " علماً بأنني لم أعثر على المرجع الأصلي ".

[2] سانو، **الاستثمار أحكامه و ضوابطه في الفقه الإسلامي**، ص 180.

الفئة، و من هنا تعتبر عملية الاحتكار عملية لإنماء البطالة و نشرها بين أفراد المجتمع، و ينتج عنها بالتالي شيوع الفقر و الحرمان و الطبقية[1].

ثانياً: أثر الاحتكار على السوق:

يتلخص أثر الاحتكار على السوق بما يلي:

أولاً: إهدار حرية التجارة و الصناعة، حيث يتحكم المحتكر في السوق، و يفرض ما يشاء من أسعار ويحدد ما يباع من كميات.

ثانياً: قتل روح المنافسة البناءة، فيكون ذلك سبباً في عدم إتقان و تحسين و تطوير المنتجات.

ثالثاً: الإضرار بالآخرين، فيتكلف الناس فوق طاقتهم.

رابعاً: إتلاف فائض الإنتاج لرفع الأسعار، كما حدث في أمريكا عندما أُحرقت الأطنان من البن و القمح و الذرة، بينما كان الملايين لا يجدون حاجتهم، و كذلك أيضاً إعدام الفاكهة في السوق الأوروبية المشتركة، لكي يصلوا إلى رفع الأسعار و احتكار السلع بطريقة جشعة سعياً وراء الكسب الحرام، و الاتجار في آلام البشر، و بذلك يزداد الغني غنىً، و الفقير فقراً[2].

خامساً: أن الاحتكار سبب رئيس من أسباب الشراء الفاحش، إضافة إلى كونه سبيلاً إلى الكسب غير المشروع، حيث يحصل المحتكر على المال دونما عمل أو جهد إلا أنه ينتظر ريثما تحين الفرصة الملحة المتمثلة بحاجات الناس للأقوات أو غيرها.

سادساً: إن الاحتكار يعمل على عدم استجابة المحتكرين لطلبات المستهلكين الاستجابة الكافية، كما عليه الحال في المنافسة، لذا فإن الاحتكار يعني عدم إمكانية إشباع احتياجات المجتمع بالدرجة المطلوبة و الممكنة اقتصادياً.

---

[1] القضاة، مصطفى مفلح، **إصلاح المال**، ط 1، 1990م، دار الوفاء، المنصورة،ص 113.

[2] الأودن، **تسويق الشهرة التجارية**، ص 223-224.

سابعاً: إن عملية الاحتكار لا تعمل على الابتكار و التجديد في الفن الإنتاجي، و هـذا بخـلاف حالة المنافسة، حيث أن المحتكر قد يلجأ إلى إهلاك جزء من منتجاته حتى لا يـنخفض الـثمن نتيجة لزيادة العرض، و الشواهد على هذا الوضع واضحة[1].

ثامناً: أن الاحتكار يفسد بدرجة كبيرة السريان الطبيعي لقانون العرض و الطلب، الـذي مـن خلاله يتم تقدير أثمان السلع تلقائياً دون عوائق[2].

تاسعاً: يؤدي الاحتكار إلى عدم استقرار المجتمع اجتماعياً و اقتصـادياً، الأمـر الـذي يخـل بالأهداف التي يبتغيها الشرع الحنيف من وراء العملية الاستثمارية ألا و هي عمارة الأرض في الإطار العام لها، و عمارة المجتمعات من الناحية الإنسانية و الأخلاقية في إطارها الخاص[3].

عاشراً: يسد الاحتكار أبواب الفرص أمام الآخرين ليعملوا و يرتزقوا، و يساهموا في العمليـات الإنتاجية، بل و يحيل الاحتكار التعامل في الأسواق إلى عمليات اختلاس و انتهـاب وغصـب وانتهاز للفرص[4].

---

[1] حميش، **حماية المستهلك من منظور إسلامي**، ص 81.

[2] عبد القادر، علي حسن، **دراسات في الاقتصاد و المعاملات المعاصرة**، دار المال الإسلامي، القاهرة، 1981م، ص 41.

[3] عبد اللطيف، أحمد عبد الموجود، **محددات الاستثمار في الاقتصاد الإسلامي**، دار التعليم الجامعي، الاسكندرية، 2010م، ص 102.

[4] عناية، غازي، **ضوابط تنظيم الاقتصاد في السوق الإسلامي**، دار النفائس، بيروت، 1992م، ص61.

المبحث الثاني

تلقي الركبان وأثره على السوق

المطلب الأول: معنى تلقي الركبان لغةً واصطلاحاً

أولاً: معناه لغةً: " التلقي: الاستقبال "[1]، و منه قوله تعـالى:(وَمَا يُلَقَّىٰهَآ إِلَّا ٱلَّذِينَ صَبَرُواْ وَمَا يُلَقَّىٰهَآ إِلَّا ذُو حَظٍّ عَظِيمٍ)[2].

"و تلقاه منه:أخذه منه "[3]، " ومنه ملاقي الأجفان: حيث تلتقي "[4].

أما معنى الركبان: فهو جمع راكب، وهو اسم جمع واحده راكب، و الركـب: الإبـل، والمراد هنا: القادمون من السفر [5]، و المقصود بهم:"هم الذين يجلبون الطعام إلى البلد قبـل أن يعرفوا السعر في هذا المكان [6].

ثانياً: معناه اصطلاحاً:

تلقي الركبان: " هو استقبالهم لابتياع ما يحملونه إلى البلد قبل أن يقدموا الأسواق "[7].

وفي كشف المشكل: " أن يشتري منهم و لا يعرفون سعر البلد، فيبيعون مغترين "[8].

---

[1] الأزهري، أبو منصور محمد بن أحمد، **تهذيب اللغة**، تحقيق: محمد عوض مرعب، دار إحياء التـراث العربـي، ط1، 2001م، (228/9).

[2] سورة فصلت، آية رقم 35.

[3] الزبيدي، **تاج العروس**، (477/39).

[4] الزمخشري، **أساس البلاغة**،(571/1).

[5] البعلي، أبو عبد الله محمد بن أبي الفتح، **المطلع على أبواب المقنع**، تحقيق: محمد بشير الأدلبي، المكتـب الإسـلامي، بيروت، 1981م،(235/1).

[6] الصنعاني، **سبل السلام**،(21/3).

[7] العييني، **عمدة القارئ**، (284/11).

[8] ابن الجوزي، أبو الفرج عبد الرحمن، **كشف المشكل من حديث الصـحيحين**، تحقيق، علي حسين البواب، دار الـوطن، الرياض،1997م، (298/1).

وفي التنبيه:" هو أن يلقى القافلة، فيخبرهم بكساد ما معهم ليغبنهم فيه، فإن قدموا و بان لهم الغبن كان لهم الخيار "[1].

المطلب الثاني: صورة تلقي الركبان

لتلقي الركبان عند الحنفية صورتان:

الأولى: أن يتلقاهم المشترون للطعام منهم في سنة حاجة، ليبيعوه من أهل البلد بزيادة.

الثانيــــة: أن يشتري منهم بأرخص من سعر البلد، وهم لا يعلمون بالسعر[2]، فإن تلقوا واشـــتُرِيَ منهم فهم بالخيار إذا دخلوا السوق و عرفوا أنهم غبنوا، فإن أحبوا أن يفسخوا البيع فسخوا[3].

المطلب الثالث: شروط تلقي الركبان

يشترط لتحريم التلقي شروط منها [4]:

أولاً: أن يعلم النهي عن التلقي، ولو لم يقصد التلقي، كأن يكون خرج لشغل أو عمل.

ثانياً: أن يكذب المتلقي في سعر البلد، ويشتري منهم بأقل من ثمن المثل.

لذا حرمت الشريعة الإسلامية على التجار أن يخرجوا إلى خارج المدينة ليتلقوا الســـلع القادمة من القرى أو البادية قبل دخولها الأسواق، منعاً لاحتكارها والتحكم في أسعارها.[5]

---

[1] الفيروز أبادي، أبو إسحاق إبراهيم بن علي الشيرازي، **التنبيه في الفقه الشافعي**، ط1، تحقيق: عماد الدين حيدر، عالم الكتب، بيروت، 1402هـ،(96/1).

[2] انظر، ابن عابدين، **حاشية رد المحتار شرح تنوير الأبصار**، (102/5). و الشيخ نظام و آخرون، **الفتــاوي الهنديــة**، (211/3).

[3] السالوس، علي أحمد، **فقه البيــع و الاســتيثاق و التطبيــق المعاصــر**، ط1، مؤسســة الريــان، بيــروت، 2003م، (206/1).النمري، أبو عمر يوسف بن عبد الله بن محمد، (ت:463)، **الكافي في فقه أهل المدينه، ط2**، تحقيــق: محمــد محمد الموريتاني، مكتبة الرياض، السعودية،1400هـ، (822/2)، النووي، **منهاج الطالبين** (46/1).

[4] انظر: النووي، أبو زكريا، **روضة الطالبين وعمدة المفتين**، ط2، المكتب الإسلامي، بيــروت، 1405هـــ،(413/3). الصاوي، **بلغة السالك لأقرب المسالك**، (64/3).

[5] الربابعة، محمد إبراهيم: **الفقه الميسر في أحكام البيوع**، دار الكتاب الثقافي، الأردن، ص 50.

المطلب الرابع: حكم تلقي الركبان

اختلف الفقهاء في حكم تلقي الركبان هل هو مكروه أم محرم على قولين:

القول الأول: التلقي محرم: و به قال الشافعية [1]،ومالك[2]، والليث[3] و أحمد في رواية[4]، وابن حزم الظاهري[5].

أدلتهم:

1. ما روي عن النبي – صلى الله عليه و سلم – أنه قال:" لا تلقوا الركبان، ولا يبع بعضكم على بيع بعض، و لا تناجشوا، و لا يبع حاضر لباد "[6].
2. و قوله – صلى الله عليه وسلم –:" لا تلقوا الجلب، فمن تلقاه فاشترى منه فإذا أتى سيده السوق فهو بالخيار[7].
3. ما روي عن ابن عمر – رضي الله عنهما –:"كنا نتلقى الركبان، فنشتري منهم الطعام، فنهانا رسول الله – صلى الله عليه و سلم – أن نبيعه حتى يبلغ به سوق الطعام "[8].

دلالة هذه الأحاديث:

المقصود بهذا النهي عن تلقي الركبان هو قبل النزول بالسوق ؛ لأن البائع يجهل السعر، ولكي لا ينفرد مشتر برخص السلعة دون أهل لسوق، و بالتالي يؤدي ذلك لانعدام المنافسة، وفرض سعر معين للسلع المعروضة.

---

[1] الشيرازي، **المهذب**، (292/1).

[2] انظر: القرطبي، **بداية المجتهد و نهاية المقتصد**، (125/2). ابن عبد البر، عمر يوسف بن عبد البر القرطبي (ت:463هـ)، **الإستذكار**، تحقيق: سالم محمد عطا، بيروت، دار الكتب العلمية، ط1، 2000م، (525/6-626).

[3] هو: أبو الحارث، الليث بن سعد، إمام أهل مصر، في عصره حديثا وففها، كان من الكرماء الأجداد، قال الإمام الشافعي، الليث أفقه من مالك، (ت:175هـ)، انظر: الزركلي، **الأعلام**، (248/5).

[4] انظر: المرداوي، **الإنصاف في معرفة الراجح من الخلاف**،(398/4). ابن قدامة، **الكافي**، (22/2).

[5] ابن حزم، **المحلى**، (451/8).

[6] سبق تخريجه، ص36.

[7] مسلم، **صحيح مسلم**، كتاب: البيوع، باب: تحريم تلقي الجلب(1157/3)،(1519).

[8] البخاري، **صحيح البخاري**، كتاب البيوع، باب: النهي عن تلقي الركبان، حديث رقم (2058)،(759/2).

القول الثاني: التلقي مكروه: وهو قول الحنفية [1]، إذا لم يضر بأهل البلد، و لم يكونوا محتاجين إليه، و به قال ابن قدامة [2].

وذلك لما روي عن ابن مسعود – رضي الله عنهما –:" أن النبي نهى عن تلقي البيوع"[3].

الرأي الراجح: هو القول بالحرمة ؛ لأن التلقي نوع من الخديعة، يلحق الضرر بالناس، فصاحبه عاص و آثم إذا كان عالماً به، و هو خداع غير جائز [4]، بالإضافة لورود الأحاديث التي نهت عن هذا البيع، فهو منهي عنه و غير جائز[5].

المطلب الخامس: آثار تلقي الركبان على السوق

لقد نهت الشريعة الإسلامية عن تلقي الركبان و عللت ذلك بأسباب، يتجلى من خلالها أثاره وهي:

أولاً: مراعاة مصلحة أهل البلد، فقد قال ابن حجر بالنهي عن هذا البيع معللاً ذلك لما يحل بأهل البلد من ضيق:" خشية حبس المشتري لما يشتريه منه، فيضيق على أهل البلد "[6].

ثانياً: وهو ما ذكره المالكية:" وهو أن يتلقاهم فيشتري منهم بأرخص من سعر البلد وهم لا يعلمون سعر البلد، وهذا مكروه سواء تضرر به أهل البلد أم لا ؛ لأنه غرهم "[7].

ثالثاً: أنه نهى عن تلقي الركبان لما يفوت به من الرفق[8]، وبالتالي لهم الخيار فيما بعد.

---

[1] ابن عابدين، **الحاشية**، (399/6).

[2] ابن قدامة، **المغني**،(152/4).

[3] مسلم، **صحيح مسلم**، كتلب: البيوع، باب: تحريم تلقي الجلب، حديث رقم (1518)، (1156/3).

[4] ابن قدامة، **المغني**، (149/4).

[5] ابن نجيم، **البحر الرائق**،(108/6). ابن عابدين، **الحاشية** (102/5).الشيرازي، **المهذب**، (292/1). العبدري، **التاج والإكليل**،(378/4).

[6] ابن حجر، شهاب الدين أحمد بن علي العسقلاني، **تحفة الأشراف شرح المنهاج**، تحقيق: عبد الصمد شرف الدين، المكتب الإسلامي، بيروت،(46/2)

[7] الكاساني، **بدائع الصنائع**، (232/5).

[8] العبدري، **التاج و الإكليل لمختصر خليل**، (295/5).

المبحث الثالث

بيع الحاضر للبادي وأثره على السوق

المطلب الأول: مفهوم بيع الحاضر للبادي في اللغة والاصطلاح

أولاً: تعريفه في اللغة:

الحاضر: المقيم في المدن و القرى، و **البادي**: المقيم في البادية[1].

ثانياً: تعريفه في الاصطلاح:

بيع الحاضر للبادي:" هو أن يقدم غريب من البادية أو من بلد آخر بمتاع تعم الحاجة إليه ليبيعه بسعر يومه، فيقول له البلدي أتركه عندي لأبيعه على التدريج بأغلى "[2].

فلو أن البادي – غير المقيم – باع سلعته بنفسه بالجملة فإنه يبيعها بسعر معقول، لكن لو تولى شخص حاضر مقيم بالبلاد البيع بالمفرق تدريجياً لحساب ذلك البادي فلربما غالى في السعر، وكان في ذلك إضرار بالمشترين[3].

وهو كذلك:" أن يبيع الحضري شيئاً مما يحتاج إليه أهل الحاضرة لأهل البادية لطلب زيادة الربح "[4].

*** صور بيع الحاضر للبادي:**

الصورة الأولى: وهو أن يمتنع الرجل عن بيع الطعام لأهل مصر و فيهم العوز، ويبيعه لأهل البادية طمعاً في الثمن الغالي، أما إذا كان أهل البلد في سعة فلا بأس به لانعدام الضرر[5].

---

[1] مصطفى، إبراهيم، وآخرون، **المعجم الوسيط**،(45/1).

[2] أبادي، **عون المعبود شرح سنن أبي داود**، (219/9).

[3] حميش، **حماية المستهلك من منظور إسلامي**، ص 91.

[4] العراقي، أبو الفضل زين الدين بن الحسيني، **طرح التثريب في شرح التقريب**، تحقيق: عبد القادر علي، دار الكتب العلمية، بيروت،ط1، 2000م، (87/6).

[5] الكاساني، **بدائع الصنائع** / (232/5).

الصورة الثانية: وهي أن يكون الحاضر سمساراً للبادي، فيجلب البـــادي الســـلعة، و يأخـــذها الحاضر ليبيعها بعد وقت بأغلى من السعر الموجود وقت الجلب، و كراهته لما فيه من الضرر بأهل البلد، فإن لم يضر فلا بأس به لما فيه من نفع البادي من غير تضرر غيره [1].

المطلب الثاني: حكم بيع الحاضر للبادي

اختلف الفقهاء في هذه المسألة على ثلاثة أقوال:

القول الأولً: ذهب جمهور الفقهاء[2]: إلى أنه محرم مع صحته، و النهي عنه لا يستلزم الفســـاد والبطلان ؛ لأنه لا يرجع إلى ذات البيع و لا إلى لازمه ؛ لأنه لم يفقد ركناً و لا شرطاً، بل هو راجع لأمر خارج غير لازم، كالتضييق و الإيذاء.

أدلتهم:

أولاً: ما ورد عن أبي هريرة – رضي الله عنه – قال:" نهى النبي – صلى الله عليه وسلم– أن يبيع حاضر لباد "[3].

ثانياً: قوله – صلى الله عليه و سلم –:" لا تلقوا الركبان، ولا يبع بعضكم على بيع بعـــض، ولا تناجشوا، و لا يبع حاضر لباد "[4].

ثالثاً: ما ورد عن ابن عباس – رضي الله عنهما – قال: قال رســـول الله – صـــلى الله عليـــه وسلم–: " لا تلقوا الركبان، ولا يبع حاضر لباد "[5].

---

[1] الكاساني، **بدائع الصنائع**، (232/5).

[2] القرطبي، **بداية المجتهد** (137/1). الحطاب، **مواهب الجليل** (378/4). الشـــيرازي، **المهـــذب** (291/1). المـــرادوي، **الإنصاف** (333/4) ,

[3] البخاري، **صحيح البخاري**، كتاب: البيوع، باب: لا يبع على بيع أخيه، حديث رقم: (22033)، (752/2).

[4] مسلم، **صحيح مسلم**، كتاب: البيوع، باب: تحريم بيع الرجـــل علـــى بيـــع أخيـــه، وســـومه علـــى ســـومه و تحـــريم النجش،(1515)، (1155/3).

[5] البخاري، **صحيح البخاري**، كتاب: البيوع، باب: هل يبيع حاضر لباد، حديث رقم:(2050)، (757/2).

رابعاً: ما ورد عن النبي – صلى الله عليه و سلم – أنه قال:" لا يبع حاضر لباد، دعوا النـــاس يرزق الله بعضهم من بعض"[1].

خامساً: وعن أنس بن مالك قال نهينا أن يبيع حاضر لباد، و إن كان أخاه أو أباه [2].

سادســـاً: قال طاووس: قلت لابن عباس – رضي الله عنهما –:" ما قوله لا يبيع حاضر لبـــاد؟" قال:" لا يكون له سمساراً "[3].

القول الثاني: رواية عن أحمد[4]: أن البيع صحيح و لا كراهة فيه، و أن النهي اخـــتص بـــأول الإسلام لما كان عليه من الضيق.

القول الثالث: مذهب فقهاء المالكية[5]، و كذلك فقهاء الحنابلة[6]: أن هذا البيع حرام و باطل وفاسد؛ لأنه منهي عنه، و النهي يقتضي فساد المنهي عنه.

بدليل: قوله – صلى الله عليه و سلم –:" لا تلقوا الركبان، ولا يبع بعضكم على بيع بعض، و لا تناجشوا، و لا يبع حاضر لباد "[7].

القول الراجح: مما سبق يتبين أن القول الأول هو القول الراجح وهو أن هذا البيع محـــرم مـــع صحته، وذلك لقوة الأدلة التي اعتمدوا عليها، ولأن البيع لم يفقد أيا من شروطه أو أركانه، وإنما كان النهي عائدا إلى إمر خارج، كالتضييق و الإيذاء.

---

[1] مسلم، **صحيح مسلم**، كتاب: البيوع، باب: تحريم بيع الحاضر للباد، حديث رقم (1522)، (757/3).

[2] مسلم، **صحيح مسلم**، باب: تحريم بيع الحاضر للباد، (1158/3)، حديث رقم 1523.

[3] البخاري، **صحيح البخاري**، كتاب: البيوع، باب: هل يبيع حاضر لباد،(757/2)، حديث رقم 2050.

[4] المرادوي، **الإنصاف**، (241/4).

[5] الدسوقي، **حاشية الدسوقي**، (69/3).

[6] أبو إسحاق، إبراهيم بن محمد بن عبد الله (ت:884)، **المبدع شرح المقنع**، دار عالم الكتـــب، الريـــاض، 1423هـــــ، (80/4). الزركشي، **شرح الزركشي**،(89/2).

[7] مسلم، **صحيح مسلم**، كتاب: البيوع، باب: تحريم بيع الرجـــل علـــى بيـــع أخيـــه، وســـومه علـــى ســـومه و تحـــريم النجش،(1515)، (1155/3).

المطلب الثالث: شروط تحريم بيع الحاضر للبادي

هناك شروط لتحريم هذا البيع عند من رأى تحريمه منها ما يأتي[1]:

أولاً: أن يكون عالماً بالنهي عنه.

ثانياً: أن يكون المتاع المجلوب مما تعم الحاجة إليه، كالأطعمة مثلاً.

ثالثاً: أن يعرض الحضري ذلك على البدوي ويدعوه إليه.

رابعاً: أن يظهر ببيع ذلك المتاع سعةً في البلد.

خامساً: أن يكون البيع لحاضر، فإذا باع البدوي فإنه لا يجوز.

سادساً: أن يكون ثمن السلعة غير معروف بالحاضرة.

سابعاً: أن يحضر البادي ليبيع سلعته.

ثامناً: أن يقصده الحاضر.

تاسعاً: أن يكون جاهلاً بسعرها.

تأديب الحاضر الذي يبيع للبادي: إذا اعتاد الحاضر البيع للبادي، وتكرر ذلك منه فإنه يؤدب ووجه ذلك: أن هذه مضرة عامة، وقد تكرر منه مخالفة الإمام فيها، فكان حكمه التأديب، وهناك قول آخر بأنه لا يؤدب، ووجهه: أن الزجر كاف، لأنه نوع من التعزيز[2].

---

[1] انظر: ابن رشد، **بداية المجتهد**، (125/2).

[2] الباجي، أبو وليد سليمان بن خلف، **المنتقى شرح موطأ الإمام مالك**، مطبعة السعادة، القاهرة، 1913م، (104/5).

المطلب الرابع:أثر بيع الحاضر للبادي على السوق:

بيع الحاضر للبادي منهي عنه لما فيه من الضرر بأهل البلد[1]، فبيع الحاضر أي المقـــيم العالم بأحوال السوق للباد أي القادم الذي لا علم له بأسعار السوق يضر بالمشترين [2]وكذلك للغبن الذي يلحق صاحب السلعة كونه يجهل ثمن السلعة الحقيقي، ففيه إضرار بالمشـــترين و إغـــلاء السعر عليهم، و إفساد لحرية و شفافية السوق [3].

---

[1] السيوسي، كمال الدين بن محمد بن عبد الواحد، **شرح فتح القدير**، ط2، دار الفكر، بيروت، (478/6).

[2] الكفراوي، **أصول الاقتصاد الإسلامي**، ص 73.

[3] حميش، **حماية المستهلك من منظور إسلامي**، ص 91.

المبحث الرابع

بيع النجش وأثره على السوق

المطلب الأول: تعريف النجش لغة و اصطلاحاً

أولاً: تعريف النجش لغةً:

النجش هو:" استثارة الشيء و استخراجه "[1]،" فأصل النجش الختل و يعني الخداع "[2]، "والنجش هو كشفك الشيء و بحثك عنه "[3]، و النجش: هو الذي يثير الصيد ليمر على الصياد"[4].

ثانياً: تعريف النجش اصطلاحاً:

النجش: هو الزيادة في ثمن السلعة عن مواطأة، فعن ابن عمر – رضي الله عنه – قال: "النجش أن تعطيه أكثر من ثمنها، و ليس في نفسك شراؤها، فيقتدي بك غيره[5]، و هو أن يزيد في ثمن السلعة المعروضة للبيع، لا رغبة فيها، بل ليخدع غيره و يغر ليزيد ويشتريها[6]، و الناجش: رجل يتواطأ معه البائع على أن يعرض شراء السلعة منه بسعر مرتفع، وهو لا يريد الشراء حقيقة فيخدع المشتري، و يشتري السلعة بسعر مرتفع أكثر من قيمتها[7]، و هو كذلك أن يمدح المبيع بما ليس فيه، ليروجه[8].

مما سبق تتبين العلاقة بين المعنى اللغوي و المعنى الاصطلاحي، فالمعنى اللغوي له علاقة بإثارة الشيء والمعنى الاصطلاحي يفيد إثارة المشترين وإغرائهم بشراء السلعة.

---

[1] الحموي، أبو عبد الله ياقوت بن عبد الله، **معجم البلدان**، دار الفكر، بيروت، (208/5).

[2] النووي، **تحرير ألفاظ التنبيه**، (184/1).

[3] البكري، أبو عبيد الله بن عبد العزيز الأندلسي، **معجم ما استعجم من أسماء البلاد و المواضع**، ط3، تحقيق: مصطفى السقا، عالم الكتب، بيروت، 1403هـ، (1267).

[4] الأزهري، **تهذيب اللغة**،(288/10).

[5] انظر، العسقلاني، **فتح الباري على شرح صحيح البخاري**، (355/4).

[6] النووي، **شرح النووي على صحيح مسلم**، (159/10) .

[7] حميش، **حماية المستهلك من منظور إسلامي**، ص 85.

[8] زعيتري، علاء الدين، **فقه المعاملات المالية المقارن**، ط1، دار العصماء، سوريا، 2007م، ص 120.

المطلب الثاني: حكم النجش

ذكر الفقهاء في حكم النجش ثلاثة أقوال:

القول الأول: عند الحنفية [1]:أن هذا البيع صحيح مع الإثم؛ لأن النهي عائد إلى أمر مفارق للبيع، وهو قصد الخداع، فلم يقتضي الفساد.

أدلتهم:

أولاً: عن ابن عمر – رضي الله عنهما –:" أن النبي – صلى الله عليه و سلم – نهى عن النجش"[2]

ثانياً:ما روى عن الرسول – صلى الله عليه وسلم– قال: "الناجش آكل ربا خائن "[3].

القول الثاني: أن بيع النجش حرام: وهو ما ذهب إليه المالكية[4]، والشافعية[5]، والحنابلة[6].

بدليل:

* ما جاء في الصحيحين:" أن النبي – صلى الله عليه و سلم – نهى أن يبيع حاضر لباد وأن يتناجشوا[7].

القول الثالث: عند الظاهرية: أن هذا البيع فاسد بسبب الغش والغبن، وللمشتري الخيار[8].

---

[1] انظر: الكاساني، **بدائع الصنائع**، (233/5). العجلوني، اسماعيل بن محمد، **كشف الخفاء ومزيل الإلباس عما اشتهر من الأحاديث على ألسنة الناس**، تحقيق: أحمد القلاش، مؤسسة الفرسالة، بيروت، ط1، 1405هـ، (281/2).

[2] البخاري، **صحيح البخاري**، كتاب: الحيل، باب: ما يكره من التناجش،(2554/6)،(6562).

[3] البخاري، **صحيح البخاري**، كتاب: الشهادات، باب: قوله تعالى:" إن الذين يشترون بعهد الله وأيمانهم ثمنا قليلا"، (950/2)، حديث رقم (2530).

[4] الثعلبي، عبد الوهاب بن علي بن نصر الثعلبي المالكي، (ت362)، **التلقين**، تحقيق: محمد ثالث سعيد الفاني، المكتبة التجارية، مكة المكرمة، ط1، 1415هـ، (383/2).

[5] الماوردي، **الحاوي الكبير**، (/343).

[6] ابن قدامة، **الكافي**، (22/2).

[7] سبق تخريجه،ص129.

[8] ابن حزم، **المحلى**، (448/8).

القول الرابع: وذهب بعض المالكية [1]والحنابلة في المشهور عندهم [2]: أن البيع صحيح، و يثبت فيه الخيار للمشتري إذا غبن فيه غبناً فاحشاً.

الترجيح: الظاهر من الأدلة المذكورة أن النجش حرام لما ورد فيه من النهي، ولوصف النبـــي عليه السلام الناجش بآكل الربا، ونعته بالخيانة، كما أن هذا البيع مبني على الخداع و التغرير.

المطلب الثالث: أثر النجش على السوق

النجش يؤدي إلى التغرير بالناس، كما أنه يؤدي إلى رفع الأسعار بغير وجه حق، فهـــو قائم على الغدر والخديعة والمكر[3]، وبالتالي فهو يؤدي إلى فقدان الثقة بين الناس، وانتشار الشك والريبة في كل تعاملاتهم.

---

[1] انظر: القرطبي، **الكافي في فقه أهل المدينة**،(739/2). ابن رشد، **البيان والتحصيل**،(171/17).

[2] المرداوي، علاء الدين أبو الحسن علي(ت:885)، **الإنصاف في معرفة الراجح من الخلاف**، دار إحياء التراث العربـــي، بيروت، ط1، 1419هـــ، (384/4).

[3] حميش، **حماية المستهلك من منظور إسلامي**، ص 86.

المبحث الخامس

بيع الرجل على بيع أخيه وأثره على السوق

سأتناول في هذا المبحث التعريف ببيع الرجل على بيع أخيه، وبيان حكمه، وأثره على السوق، وذلك في أربع مطالب:

المطلب الأول: تعريف بيع الرجل على بيع أخيه لغةً واصطلاحاً

* **لغةً:** تعريف البيع في اللغة: هو مبادلة المال بالمال، وكذا في الشرع أيضاً[1].

* **اصطلاحاً:** فهو أن يقول لمن اشترى شيئاً في مدة الخيار: افسخ هذا البيع، وأنا أبيعك مثله بأرخص من ثمنه، ونحو ذلك،[2] أو يقول للبائع في زمن الخيار: افسخ البيع لأشتري منك [3].

المطلب الثاني: حكم بيع الرجل على بيع أخيه

اختلف الفقهاء في حكم هذا البيع إلى عدة أقوال:

القول الأول: ذهب إليه بعض الشافعية[4] وبعض الحنابلة[5]: أن هذا البيع حرام، و فاعله عاص؛ لما فيه من الإضرار بالمسلمين، والإفساد عليهم، فإن خالف وعقد البيع، فالبيع باطل، وبه قال بعض الحنابلة[6].

---

[1] أبادي، أبو الطيب محمد شمس الحق العظيم، **عون المعبود شرح سنن أبي داود**، دار الكتب العلمية، بيروت، 1415هـ (124/9).

[2] حلاوة حلاوة، محمد بن علي: **صور من البيوع المحرمة والمختلف فيها**. مكتبة العلوم والحكمة، القاهرة، مصر، 1427هـ، ص 135.

[3] السيوطي، رمضان حافظ عبد الرحمن، **البيوع الضارة**، دار السلام، ص 79.

[4] الأنصاري، زكريا، **أسنى المطالب في شرح روض الطالب**، (39/2). الشيرازي، **التنبيه**،(96/1).

[5] الحجاوي، شرف الدين، **الإقناع في فقه الإمام أحمد بن حنبل**،(75/2). المرداوي، **الإنصاف**،(29/8). ابن قدامة، **الكافي**،(14/2).

[6] انظر:المرداوي،**الإنصاف**،(29/8). الزركشي،شمس الدين أبي عبد الله، **شرح الزركشي**، دار الكتب العلمية ،(387/2).

أدلتهم:

أولاً: عن عبد الله بن عمر – رضي الله عنهما – قال: قال رسول الله – صلى الله عليه وسلم :- "**لا يبع بعضكم على بيع بعض** "[1].

ثانياً: ورد عن النبي – صلى الله عليه وسلم – قوله: " **ولا تناجشوا، ولا يبع الرجل على بيع أخيه** "[2].

ثالثاً: ورد عن النبي – صلى الله عليه وسلم – قوله: " **لا يبع الرجل على بيع أخيه، ولا يخطب على خطبة أخيه، إلا بإذنه** "[3].

القول الثاني: ذهب إليه بعض المالكية[4]: أن هذا البيع يكره، و إن وقع مضى.

بدليل:

* ما ورد عن النبي – صلى الله عليه وسلم – قوله: " **لا يبع بعضكم على بيع بعض، وكونوا عباد الله إخوانا** "[5].

القول الثالث: ذهب إليه جمهور الحنفية [6]و الشافعية[7]، وبعض المالكية[8]: وهم يرون أن هذا البيع صحيح، لكن يلحق صاحبه الإثم.

---

[1] سبق تخريجه، ص36.

[2] البخاري، صحيح البخاري، كتاب: البيوع، باب: لا يبع على بيع أخيه،(69/3)، حديث رقم 2140.

[3] مسلم، **صحيح مسلم**، كتاب: النكاح، باب: تحريم خطبة الأخ على خطبة أخيه حتى يأذن أو يترك، (1032/2) (1412).

[4] ابن رشد، **بداية المجتهد**، (165/2).

[5] النسائي، أبو عبد الرحمن أحمد بن شعيب، **سنن النسائي الكبرى**: عبد الغفار البنداري، دار الكتب العلمية، بيروت، كتاب البيوع، باب بيع الرجل على بيع أخيه، حديث رقم (4504)، ج 7، ص 258.قال الألباني: صحيح، انظر: الألباني، **الجامع الصغير وزيادته**،(1344/1).

[6] السيواسي، **شرح فتح القدير**، (107/6).

[7] النووي، **روضة الطالبين**، (77/3). الماوردي، **الحاوي**،(343/5)

[8] ابن رشد، **البيان و التحصيل**،(453/4).

القول الرابع: ذهب إليه جمهور الحنابلة[1]، و هم يرون أن هذا البيع فاسد تمسكاً بعموم النص.

القول الخامس: أن هذا البيع يصح مع التحريم، و لا يفسخ، وذهب إلى ذلك بعض الشافعية[2]، ورواية عن الإمام مالك[3]، وعللوا ذلك بان المحرم هو عرض السلعة على المشتري الثاني، ومعنى ذلك أن النهي لم يرد على أصل العقد و أركانه و شروطه، بل ورد على شيء خارج عن كل ذلك، لم يؤثر في العقد ذاته، فلم يستلزم فسخه[4].

الراجح: أنا أميل إلى القول بالحرمة؛ وذلك لورود العديد من الأحاديث التي تنهى عن هذا البيع، ولما فيه من ضرر وظلم يقع على البائع الأول، مما يؤدي إلى انتشار العداوة والبغضاء بين المتعاملين في الأسواق.

المطلب الثالث: شروط النهي عن بيع الرجل على بيع أخيه

قُيِّد البيع المنهي عنه بشرطين هما:

أولاً: أن يكون البيع على بيع أخيه قبل لزوم البيع، وذلك خيار المجلس أو الشروط، وكذا عدم اللزوم في زمن خيار العيب، إذا أطلع المشتري على عيب، فيكون البيع زمن الخيارين، فلو حدث بعد مضي الخيار ولزوم البيع لا يحرم، لعدم تمكن المشتري من الفسخ إذن و لا معنى له.

ثانياً: أن يكون البيع على البيع بغير إذنه له – أي بغير إذن البائع الأول – للذي باع على بيع أخيه، وقُيّد البيع على بيع غيره بما إذا تراضى المتبايعان على البيع.[5]

---

[1] المرداوي، **الإنصاف**،(321/4).

[2] الشيرازي، **المهذب**، (291/1).

[3] العسقلاني، **فتح الباري**، (212/9).

[4] عثمان، عبد الحكيم احمد محمد، **المناقصات و أحكامها في الفقه الإسلامي**، ط1، دار الجامعة الجديدة، مصر، 2006، ص 165.

[5] انظر:الشرواني، **حواشي الشرواني**، مرجع سابق،313/4.الشافعي، **الأم**،(10/3). الشافعي، **الرسالة**، (295/1).

المطلب الرابع: أثر بيع الرجل على بيع أخيه على السوق

يتجلى أثر بيع الأخ على بيع أخيه من خلال بيان علة النهي عن هذا البيع، و هي:

* أن علة النهي عن هذا البيع هي الضرر، ولأن في ذلك إيحاشا[1] وإضراراً[2].

* **وقال الإمام الدهلوي:**" وأما البيع على البيع فهو تضييق على أصحابه من التجار وسوء معاملة معهم، وقد توجه حق البائع الأول، وظهر وجه لرزقه، فإفساده عليه ومزاحمته فيه نوع ظلم "[3].

* أن القصد من النهي هنا: هو منع الشحناء و التباغض بين المسلمين في البيع و الشراء، وهذا يؤدي إلى إضعاف الثقة بين المتعاقدين[4].

ولا شك أن بيع المسلم على بيع أخيه تنافس غير مشروع، ولا يتوافق مع معاني الأخوة والمعاملة الصادقة في البيع و الشراء.

---

[1] الإيحاش: عكس الإيناس والطمأنينة، انظر: ابن منظور، **لسان العرب**، (14/6).

[2] انظر: النووي، **روضة الطالبين**، مرجع سابق، 415/2. ابن الأزرق، **بدائع السلك**، تحقيق: علي سامي النشار، ط1، دار النشر: وزارة الإعلام العراق،(556/1).

[3] الدهلوي، الإمام أحمد ولي الله بن عبد الرحيم، **حجة الله البالغة**، دار الكتب الحديثة، القاهرة،(110/2).

[4] الكفراوي، **أصول الاقتصاد الإسلامي**، ص 73.

المبحث السادس

السوم على سوم أخيه وأثرة على السوق

المطلب الأول: مفهوم السوم لغة واصطلاحاً:

* **أما لغة:** " أصل السوم الذهاب في ابتغاء الشيء "[1]،" والسوم طلب المبيع بالثمن الذي تقـرر فيه البيع "[2]، " والسوم من رعي الإبل "[3].

* **أما اصطلاحاً:** وهو إذا ما تساوم رجلان، فطلب البائع بسعلته ثمناً، ورضي المشتري بـذلك الثمن، فجاء مشترٍ آخر، ودخل على سوم الأول فاشتراه بزيادة، أو بذلك الثمن بنفسه، لكنه رجل وجيه، فباعه له البائع لوجاهته[4].

والرابط بين التعريف اللغوي والاصطلاحي هو أن كلاهما يدور على معنى الطلب، فالسوم في اللغة الطلب على العموم،وسوم الإبل طلب العشب لها، وهو في الاصطلاح طلب السلعة بعد اتفاق البائع والمشتري.

* **صورته:**

أن يكون قد اتفق مالك السلعة والراغب فيها، على البيع ولم يعقداه، فيقول الآخر للبائع: أنا اشتريه منك بأكثر، بعد أن كانا قد اتفقا على الثمن،[5] أما السوم في السلعة التي فيمن يزيد فليس بحرام[6].

---

[1] المنداوي، محمد عبد الرؤوف، **التعاريف**، تحقيق: محمد رضوان الادية، ط1، دار الفكر المعاصر، دمشق، 1410هـ،(419/1).

[2] الجرجاني، **التعريفات**،(163/1).

[3] الأزهري، **تهذيب اللغة**،(117/77).

[4] وزارة الأوقاف، **الموسوعة الفقهية**،(216/9).

[5] الزحيلي، وهبة، **الفقه الإسلامي وأدلته**، دار الفكر، بيروت، ص513.

[6] الزحيلي، **الفقه الإسلامي و أدلته**، ص 513.

المطلب الثاني: حكم السوم على سوم أخيه

قال العلماء[1] بتحريم هذا البيع، وأن فاعله عاص، وخاصة بعد استقرار الثمن.

أدلتهم:

– ما أخرجه الإمام مسلم عن النبي – صلى الله عليه وسلم –: "لا يسوم الرجل على سوم أخيه"[2]، وفي رواية أن رسول الله – صلى الله عليه وسلم –: " نهى أن يستام الرجل على سوم أخيه "[3].

وجه الاستدلال: أنه يتضمن النهي عن الفعل، ولأن في ذلك إيحاشا وإضرارا بأخيه، ولما فيه أيضا من الإيذاء و القطيعة و العداوة[4].

– وكذلك ما روي عن رسول الله – صلى الله عليه و سلم – أنه قال:" المسلم أخو المسلم، لا يحل للمسلم أن يبيع على بيع أخيه، و لا يسوم على سوم أخيه "[5].

جاء في شرح فتح القدير:" فإن اعتراض الرجل على سوم الآخر بعد الركون وطيب نفس البائع بالمسمى إثارة للعداوة و البغضاء كالخمر و الميسر فيحرم ذلك "[6].

المطلب الثالث: أقسام السوم على سوم أخيه

يقسم سوم الأخ على سوم أخيه إلى أربعة أقسام هي:

أولاً: أن يوجد من البائع تصريح بالرضا بالبيع، فهذا يحرم السوم على ذلك المشتري، وهو الذي تناوله النهي.

---

[1] انظر: ابن عابدين، **الحاشية**، (101/5)، السيوسي، **شرح فتح القدير** (477/6)، ابن جزي، **القوانين الفقهية**، ص171. الشيرازي، **المهذب** (290/1). النووي، **روضة الطالبين** (414/3). البهوتي، **كشاف القناع** (183/3).

[2] مسلم، **صحيح مسلم**، كتاب النكاح، باب تحريم الجمع بين المرأة وعمتها وخالتها، (1033/2)،(1413).

[3] البخاري، **صحيح البخاري**، كتاب: الشروط، باب: الشروط في الطلاق، (971/2)،(2577).

[4] الربابعة، **الفقه المسير في أحكام البيوع**، ص 49.

[5] مسلم، **صحيح مسلم**، باب تحريم الخطبة على خطبة أخيه (1034/2)، حديث رقم (1414).

[6] السيوسي، **شرح فتح القدير**،(239/4).

ثانياً أن يظهر منه ما يدل على عدم الرضا، فلا يحرم السوم.

ثالثاً: أن لا يوجد منه ما يدل على الرضا و لا عدمه، فلا يجوز له السوم أيضاً و لا الزيادة

رابعاً: أن يظهر منه ما يدل على الرضا من غير تصريح، فلا تحرم المساومة، ثم قال ابن قدامة:" و لو قيل بالتحريم هنا لكان وجهاً حسناً فإن النهي عام "[1].

المطلب الرابع: أثر السوم على سوم على السوق

يتجلى أثر هذا البيع على السوق من خلال توضيح الحكمة في النهي عن سوم الإنسان على سوم أخيه، و ذلك لما يترتب عليه من إضرار و إفساد بالناس، و الله لا يحب الإفساد و الإضرار بالآخرين، فمن أجل حفظ حقوق التاجر و المستهلك، و حتى يبتعد الناس عن كل ما يؤدي إلى وقوع الشحناء أو البغضاء بينهم نهى الشرع عن السوم[2].

---

[1] ابن قدامة، **المغني**،(79/4).

[2] البهوتي، **كشاف القناع**،(183/3). وانظر: ابن قدامة، **المغني** (144/4)، المرداوي، **الإنصاف** (36/8-37).

الفصل الرابع

حماية المنافسة التجارية المشروعة

المبحث الأول: حماية المنافسة التجارية المشروعة قديماً

المبحث الثاني: حماية المنافسة التجارية المشروعة حديثاً

المبحث الأول

حماية المنافسة التجارية المشروعة قديماً

تمهيد

من اجل صحة المعاملات في السوق، ومراقبة التصرفات وسلوك البائعين و المشترين، والتأكد من سلامتها، وتصحيح الانحرافات التي قد تحصل فيها، اهتمـــت الشـــريعة الإســـلامية اهتماماً كبيراً منذ القدم بالسوق وما يحصل فيها من معاملات، وذلك كله من أجل سلامة الدين، وتحقيق رضا الله تعالى، فكانت الوظيفة التي تقوم بهذه المهمة تسمى في الإسلام بولاية الحسبة، وسأتحدث في هذا الفصل عن نظام الحسبة و التسعير وأثـــر ذلـــك فـــي المنافســـة التجاريـــة المشروعة:

المطلب الأول: نظام الحسبة و أثره في حماية المنافسة التجارية

أولاً: تعريف الحسبة لغة و اصطلاحاً:

* **تعريف الحسبة لغةً:** هي اسم من الاحتساب يقال فلان حسن الحسبة في الأمر أي حسن التدبير والنظر فيه[1]، والحسبة تأتي بمعنى الحساب، ويقال فلان حسن الحسبة فـــي الأمـــر أي يحســـن تدبيره، والجمع حِسَب، والحسبة من وظائف الدولة الإسلامية يراد بهـــا مراقبـــة الســـوق فـــي موازيينه ومكاييله و أسعاره، والمحتسب من كان يتولى الحسبة[2].

* **تعريف الحسبة اصطلاحاً:**

– عرف الماوردي الحسبة أنها:" أمر بالمعروف إذا ظهر تركه ونهي عـــن المنكـــر إذا ظهـــر فعله"[3].

---

[1] ابن منظور، **لسان العرب**،(317/1). وانظر أيضاً: الفيروز آبادي، **القاموس المحيط** (61/1).

[2] الزبيدي، **تاج العروس**،(213/1).

[3] الماوردي، علي بن محمد بن حبي البصري، **الأحكام السلطانية و الولايات الدينية**، المكتبة التوفيقية، مصر، بـــلا ســـنة نشر، ص 207.

- وعرفها ابن خلدون بأنها:" وظيفة دينية من باب الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر الذي هو فرض على القائم بأمور المسلمين يعين لذلك من يراه أهلاً فيتعين فرضه عليه ويتخذ الأعوان على ذلك، ويبحث عن المنكرات ويعزل ويؤدب على قدرها، ويحمل الناس على المصالح العامة في المدينة"[1].

- وعرفها محمد المبارك بأنها:" رقابة إدارية تقوم بها الدولة عن طريق موظفين خاصين على نشاط الأفراد في مجال الأخلاق والدين والاقتصاد، أي في المجال الاجتماعي بوجه عام تحقيقاً للعدل والفضيلة وفقاً للمبادئ المقررة في الشرع الإسلامي، وللأعراف المألوفة في كل عصر وزمن"[2].

ثانياً: حكم الحسبة في الإسلام:

الحسبة واجبة شرعا، وقد ثبتت مشروعيتها في القرآن الكريم والسنة المطهرة والمعقول، ومن أدلة مشروعيتها:

1- قوله تعالى:(وَلۡتَكُن مِّنكُمۡ أُمَّةٞ يَدۡعُونَ إِلَى ٱلۡخَيۡرِ وَيَأۡمُرُونَ بِٱلۡمَعۡرُوفِ وَيَنۡهَوۡنَ عَنِ ٱلۡمُنكَرِۚ وَأُوْلَٰٓئِكَ هُمُ ٱلۡمُفۡلِحُونَ)[3].

وجه الدلالة: في هذه الآية إرشاد من الله للمؤمنين أن يكون منهم جماعة متصدية للدعوة إلى سبيله، وإرشاد الخلق إلى دينه وتشريعاته، وأن يكون منهم المتصدون لتفقد أحوال الناس، وتفقد المكاييل و الموازين، وتفقد أهل السوق ومنعهم من الغش والمعاملات الباطلة[4].

---

[1] ابن خلدون، عبد الرحمن، **المقدمة**، دار القلم، بيروت، بدون تأريخ، (280/1).

[2] المبارك، محمد، **آراء ابن تيمية في الدولة و مدى تدخلها في المجال الاقتصادي**، دار الفكر، بيروت، 1970م، ص 73-74.

[3] سورة آل عمران، آية 104.

[4] انظر، السعدي، عبد الرحمن بن ناصر، **تفسير السعدي**، تحقيق: عبد الرحمن بن المعلا اللويحيق، مؤسسة الرسالة، ط1، 1420هـ،(142/1).

2- قوله – صلى الله عليه وسلم:-" من رأى منكم منكرا فليغيره بيده، فإن لم يستطع فبلسانه، فإن لم يستطع فبقلبه، وذلك أضعف الإيمان"[1].

في هذا الحديث دلالة واضحة على وجوب الأمر بالمعروف و النهي عن المنكر.

3- قوله – صلى الله عليه وسلم:-" مثل القائم في حدود الله والواقع فيها، كمثل قوم استهموا على سفينة، فصار بعضهم أعلاها، وبعضهم أسفلها، فكان الذين في أسفلها، إذا استقوا الماء مروا على من فوقهم، فقالوا: لو أنا خرقنا في نصيبنا خرقا ولم نؤذ من فوقنا، فإن تركوهم وما أرادوا هلكوا جميعا، وإن أخذوا على أيديهم نجوا، ونجوا جميعا"[2].

في الحديث الشريف ضرب للمثل يدل على أن من ترك الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، سيواجه المصاعب والمتعاب والهلاك، فلو أنهم تركوا من في أسفل السفينة ينفذون ما خططوا له من الخرق، لأدى ذلك إلى غرقهم جميعا، لذا كان لا بد من وجود جماعة تأخذ على أيديهم ، وتأمرهم بالمعروف وتنهاهم عن المنكر.

3- من المعقول فإنه إن لم توجد هناك سلطة تقوم بتنظيم أعمال الناس، و مراقبة الصناع والحرفيين والتجار فيها ؛ فإن ذلك مدعاة إلى فساد المجتمع وهلاكه[3].

ثالثاً: شروط المحتسب[4]:

ذكر العلماء الشروط و الصفات التي يجب على المحتسب أن يتحلى بها، والتي منها:

1- أن يكون المحتسب مسلماً مكلفاً قادراً، فيخرج المجنون و الصبي والكافر و العاجز[5].

2- أن يكون رجلاً عفيفاً نبيلاً لا يميل ولا يرتشي، فتسقط هيبته ويستخف به.

---

[1] مسلم، **صحيح مسلم**، كتاب الإيمان، باب: كون النهي عن المنكر من الإيمان،(69/1)، حديث رقم(49).

[2] البخاري، **صحيح البخاري**، كتاب: الشركة، كتاب: هل يقرع في القسمة والاستهمام فيه،(882/2)،(2361).

[3] عبده، **حماية المستهلك في الفقه الاقتصادي الإسلامي**، ص318.

[4] المحتسب: هو من كان يتولى منصب الحسبة، انظر: ابراهيم، **المعجم الوسيط**،(171/1).

[5] الغزالي، **إحياء علوم الدين**، (312/2).

3- أن يكون عادلاً عالماً بما يأمر به، قادراً على الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر[1].

4- أن يتحلى بالصبر على ما يصيبه من أذى، مواظباً على الأعمال الخيرة[2].

5- أن يكون ذا رأي وصرامة وقوة في الدين.

رابعاً: مهام المحتسب في الإسلام:

تعد الحسبة أساس الجهاز الرقابي الاقتصادي في الإسلام، حيث يقوم المحتسب بالعديد من الإجراءات و المهمات و التي منها:

1- مراقبة الأسواق ؛ لمنع ما يجري فيها من غش أو تدليس أو تطفيف للكيل أو غير ذلك من البيوع الفاسدة و المنهي عنها[3].

2- منع الاحتكار بجميع صوره و إلزام المحتكرين بالبيع بسعر المثل، لقوله عليه الصلاة والسلام:" لا يحتكر إلا خاطئ"[4].

3- إجبار البائعين على المنافسة الشريفة و تجنب البيوع المحرمة و المنهي عنها لما في ذلك من ضرر بيّن على الناس[5].

4- مراقبة جودة الإنتاج ونوعيته[6].

5- النظر في الدراهم للتأكد من نقاوتها وعدم تزويرها أو خلطها.

---

[1] الماوردي، **الأحكام السلطانية**، ص 241.

[2] الغزالي، **إحياء علوم الدين**، (322/2).

[3] ابن تيمية، **الحسبة في الإسلام، ص** 18-20. وانظر: ابن قيم الجوزية، أبي عبد الله محمد الدمشقي، **الطرق الحكمية في السياسة الشرعية**، تحقيق: محمد حامد الفقى، مطبعة السنة المحمدية القاهرة، 1953م، ص 259.

[4] سبق تخريجه، ص118.

[5] ابن تيمية، **الحسبة في الإسلام**، ص 18-20.

[6] الشيرازي، **نهاية الرتبة في طلب الحسبة**، تحقيق: حسام الدين السامرائي، مطبعة المعارف، بغداد،1968م، ص 22.

6- مراقبة أعمال الجزارين وعمال الدقيق، أما الجزارين فحتى لا يخلطوا اللحم السمين بـــاللحم الهزيل، و أما الدقيق وباعته فحتى لا يخلطوا النخالة مع الدقيق.

7- أن يأمر بتنظيف الأسواق سيما في الحر حتى لا تتضرر البضاعة المعروضة فيعود الضرر على الناس[1].

8- العمل على توفير السلع الضرورية في الأسواق.

9- مراقبة التجار لمعرفة مدى التزامهم بنظام التسعير و تطبيق نصوصه[2].

10- اختيار الدلالين الثقات الأمناء؛ لمراقبة جودة البضائع والسلع مراقبة أمانة، وكذلك حالـــة الصاغة والحاكة والقصارين والصباغين، وهم من يعرفون بالعرفاء، فيجعل المحتسب لكـــل صنعة عريفاً خبيراً بصناعتهم مشهوراً بالفقه و الأمانة[3].

11- الحفاظ على الصحة والبيئة بحسن اختيار مواقع الحرف والصنائع والمهن.

12- المحافظة على المرافق العامة، والأمن العام للمجتمع، وتفقد وسائل النقل كالمراكب، فقــد كانوا ينظرون إلى ما في حمولة السفينة، وإلى مقدارها[4].

خامساً: صلاحيات المحتسب: حتى يتمكن المحتسب من القيام بالمهام الموكلة إليـــه مـــن أمـــر بالمعروف و نهي عن المنكر، يجب أن يتمتع بصلاحيات معينه تمكنه من ضبط أمور الســـوق، فأعطي صلاحية إيقاع العقوبات على المخالفين، ومن هنا نجد أن العقوبات الشرعية تقسم إلـــى قسمين[5]:

---

[1] المجيليدي، أحمد سعيد المالكي، **التيسير في أحكام التسعير**، تحقيق: موسى لقبال، الشركة الوطنيـــة، الجزائـــر، بـــدون تأريخ، ص 70.

[2] المبارك، محمد ، **نظام الإسلام الاقتصادي**، دار الفكر، بيروت، ص 66.

[3] ابن تيمية، **الحسبة في الإسلام**، ص18-20. وانظر أيضاً: ابن قيم الجوزية، **الطرق الحكمية في السياسة الشرعية**، ص 259. موسى لقبال، **الحسبة المذهبية في بلاد المغرب العربي**، ط1، 1971م، ص 54.

[4] البيتي، **أهمية الحسبة في النظام الإسلامي**، (17/1).

[5] ابن تيمية، **الحسبة في الإسلام**، ص 44.

أولاً: عقوبات مقدرة:

وهي العقوبات المنصوص عليها في الكتاب و السنة كقطع يد السارق، وإقامة الحد على شارب الخمر، فإذا عثر المحتسب على سارق أو شارب خمر أقام عليهما الحد الثابت في الكتاب والسنة.

ثانياً: عقوبات غير مقدرة:

وتسمى العقوبات التعزيرية وهي عقوبات غير محددة، وإنما تختلف مقاديرها قلة أو كثرة حسب حال الذنب وصفته، والغاية من التعزير هي التأديب وإصلاح الناس.

وفي ذلك يقول الإمام الغزالي: عن المحتسب " له أن يدفع المنكر بيده وبسلاحه وبنفسه وبأعوانه"[1].

*** ومن أساليب التعزير التي كانت تستخدم من قبل المحتسب ما يلي[2]:**

1- **الهجر:** حيث يمتنع الناس عن التعامل مع مرتكب المخالفة إلى أن يترك مخالفته و يبتعد عن الخطأ.

2- **التوبيخ:** والمقصود به توجيه الكلام الذي يدل على اللوم وعدم الرضا بالتصرف أو المخالفة المرتكبة.

3- **النفي:** وهو الابعاد عن البلد، و قد يكون النفي مؤقتاً و قد يكون دائماً حسب درجة المخالفة وطبيعتها ويعود ذلك إلى اجتهاد المحتسب.

4- **الضرب:** وهو إيقاع العقوبة بالسوط أو العصا ويعتمد هذا على أساس تغيير المنكر باليد عند الاضطرار إليه.

---

[1] الغزالي، **إحياء علوم الدين**، (328/2).

[2] انظر: الشيرازي، **نهاية الرتبة في طلب الحسبة**، ص 10-40. الهيتي، عبد الستار إبراهيم، **السياسة السعرية في المذهب الاقتصادي الإسلامي**، ط1، مؤسسة الوراق، الأردن، 2005م، ص 188-190.

5- **الغرامة المالية:** وتعني إتلاف أجزاء من المال إذا وقعت فيها مخالفة شرعية، كتكسير أوعية الخمر، وإتلاف المغشوشات في الصناعة مثل الثياب التي نسجت نسجاً رديئاً، وقد تكون بفرض غرامة مالية على المخالفين أو مصادرة مقتنياتهم.

6- **الحبس:** ويقصد به منع الشخص من ممارسة نشاطه الاقتصادي لمدة تقصر أو تطول تبعاً لطابع المخالفة الاقتصادية ولرأي المحتسب و اجتهاده، وهو ما يعرف بسحب رخصة مزاولة المهنة.

ولابد من الإشارة هنا إلى أنه لا يجوز للمحتسب أن يتخذ أي إجراء أو عقوبة أو يزاول أي نوع من أنواع التأديب إلا بعد التحقق من ارتكاب الذنب والمخالفة، وإلا بعد البحث والاستقصاء في الأمور كلها صغيرها وكبيرها؛ حتى يكون حكمه مستنداً إلى الحقيقة وليس إلى الظن والشك، كما جاء في قوله تعالى:(يَـٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُوٓاْ إِن جَآءَكُمۡ فَاسِقُۢ بِنَبَإٖ فَتَبَيَّنُوٓاْ أَن تُصِيبُواْ قَوۡمَۢا بِجَهَـٰلَةٖ فَتُصۡبِحُواْ عَلَىٰ مَا فَعَلۡتُمۡ نَـٰدِمِينَ)[1].

المطلب الثاني: التسعير و أثره في حماية المنافسة التجارية

أولاً: تعريف التسعير لغة و اصطلاحاً:

* **لغةً:** " التسعير من سعر النار و الحرب هيجها و ألهبها، و التسعير تقدير السعر"[2]، و سعر السعر الذي يقوم عليه الثمن و جمعه أسعار "[3].

* **اصطلاحاً:** عرف علماؤنا التسعير تعريفات متقاربة المعنى منها:

---

[1] سورة الحجرات، آية 6.

[2] الرازي، **مختار الصحاح:** مادة سعر (126/1).

[3] ابن منظور، **لسان العرب**، مادة سعر (365/4).

– عرفه الشوكاني قائلاً:" هو أن يأمر السلطان أو نوابه أو كل من ولي من أمور المسلمين أمراً أهل السوق أن لا يبيعوا أمتعتهم إلا بسعر كذا، فيمنعوا من الزيادة عليه أو النقصان لمصلحة ترى "[1].

– " وهو كذلك أن يأمر الوالي السوقة أن لا يبيعوا أمتعتهم إلا بكذا "[2].

– وعرفه البهوتي بأنه:" منع الناس البيع بزيادة على ثمن مقدر"[3].

– وعرفه الشيخ مصطفى السيوطي الرحيباني: " فقال: هو أن يقدر السلطان أو نائبه سعراً للناس و يجبرهم على التبايع بما قدره"[4].

التعريفات السابقة قريبة من بعضها في المعنى يمكم الجمع بينها بالتعريف التالي: التسعير هو: أن يضع من وُلّي أمور السوق أثمانا مقدرة للسلع، لا يتجاوزها التجار.

ثانياً: حكم التسعير: تعددت أقوال الفقهاء في حكم التسعير على النحو التالي:

أولاً: التسعير في الأحوال العادية التي لا غلاء فيها:

* **القول الأول: حرمة التسعير:** حيث يحرم التسعير في الأحوال العادية التي لا يظهر فيها ظلم التجار، ولا غلاء في الأسعار، و إليه ذهب جمهور الشافعية[5]، و الحنابلة[6]، و الحنفية[7]،

---

[1] الشوكاني، **نيل الأوطار**، (233/5).

[2] الشربيني، **مغني المحتاج**،(38/2).

[3] البهوتي، **الروض المربع شرح زاد المستنقع**،(56/2).

[4] الرحيباني، **مطالب أولي النهى**، (62/3).

[5] انظر: الشربيني، **مغني المحتاج** (38/2). الشافعي، أبو عبد الله محمد بن إدريس، **الأم**، دار المعرفة، بيروت، 393هـ، (91/8). الجمل، سليمان، **حاشية الجمل**، دار الفكر، بيروت، (93/3). الشيرازي، **المهذب**(292/1).

[6] انظر: ابن قدامة، **المغني** (280/4)، الرحيباني، **مطالب أولي النهى في شرح غاية المنتهى**، (62/3). البهوتي، منصور بن يونس بن إدريس، **شرح منتهى الإرادات**، عالم الكتب، بيروت، (159/2).

[7] انظر: السيوسي، **شرح فتح القدير**، (492/8). نظام، و آخرون، **الفتاوي الهندية** (214/4). المرغيناني، **الهداية شرح بداية المبتدي**، (93/4).

والمالكية[1] مستدلين على ذلك بما يلي:

1/ **من القرآن الكريم:** (يَـٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُواْ لَا تَأْكُلُوٓاْ أَمْوَٰلَكُم بَيْنَكُم بِٱلْبَـٰطِلِ إِلَّآ أَن تَكُونَ تِجَـٰرَةً عَن تَرَاضٍ مِّنكُمْ)[2]، حيث قال الشوكاني: إن إلزام صاحب السلعة أن يبيع بما لا يرضى من السعر مناف لقوله تعالى:" إلا أن تكون تجارة عن تراض منكم "، و الأصل في المعاوضات المالية توفير الرضا من كلا العاقدين، و التسعير يتعارض مع الرضائية في العقود، و يؤدي إلى أكل أموال الناس بالباطل"[3].

وقد وجهوا هذه الآية بأن في إجبار أصحاب الأموال على بيعها بغير رضاهم ظلم، وهو كذلك مناف لحرية استعمال الحق[4]، وهذا ما يسمى في الفقه بالحجر.

2/ **من السنة المطهرة:**

* عن أنس – رضي الله عنه – قال:" غلا السعر على عهد رسول الله– صلى الله عليه وسلم– فقال الناس: يا رسول الله سعر لنا؟ فقال رسول الله – صلى الله عليه وسلم–:" إن الله هو المسعر القابض الباسط الرازق، و إني لأرجو أن ألقى ربي و ليس أحد منكم يطلبني بمظلمة في دم ولا مال "[5].

وجه الدلالة: إن التسعير ظلم، حيث أن الناس مسلطون على أموالهم و التسعير حجر عليهم، والإمام مأمور برعاية مصلحة المسلمين، وليس نظره في مصلحة المشتري برخص الثمن أولى من نظره في مصلحة البائع بتوفير الثمن، وإذا تقابل الأمران وجب تمكين الفريق من الاجتهاد

---

[1] انظر، العبدري، **التاج والإكليل**،(380/4). ابن رشد، **البيان والتحصيل**،(355/9).

[2] سورة النساء،آية 29.

[3] الشوكاني، **نيل الأوطار**، (33/5).

[4] الهيتي، **السياسة السعرية في المذهب الاقتصادي الاسلامي**، ص 143.

[5] الترمذي، **سنن الترمذي**، كتاب: البيوع، باب: ما جاء في التسعير، (605/3)، حديث رقم: 1314، قال أبو عيسى الترمذي: هذا حديث حسن صحيح.

لأنفسهم[1]، فإذا كان عليه الصلاة والسلام لم يسعر وقد طلب منه التسعير رغم غــلاء الأســعار -كما نص الحديث- فمن باب أولى أن لا يكون تسعير في الأحوال التي تكون فيهــا الأســعار عادية[2].

* وكذلك ما روي عن أبي هريرة – رضي الله عنه -: أن رجلاً جاء فقال: يا رسول الله سعر، فقال: " بل أدعو الله "، ثم جاءه رجل فقال: يا رسول الله سعر، فقال: " إن الله عز وجل يرفــع ويخفض وإني لأرجو أن ألقى الله وليس لأحد عندي مظلمة"[3].

وجه الدلالة: رفض الرسول – صلى الله علي وسلم- التسعير عندما طلبوا منه ذلك، بل وعــد ذلك مظلمة، بل وطلب من السائل أن يدعو الله أن يكشف عنه هذا الغــلاء، ويهــيء أســباب الرخاء.

* كما قال الرسول- صلى الله عليه وسلم -:"لا يحل مال امرئ مسلم إلا بطيبة من نفسه"[4].

وجه الدلالة: إن التسعير فيه إكراه للمتعاقدين على البيع بسعر معين، وهو ما يتنافى مع الرضا " بطيبة نفس".

3/ **المعقول:**استدلوا أيضاً بالمعقول فقالوا:

- إن الله – عز وجل – هو الذي يرخص الأشياء و يغليها فمن سعر فقد نازع الله فيمــا لــه، وليس لأحد أن ينازعه جل شأنه ؛ لأن هذا مفض للظلم، و الظلم مفض إلى القحط [5].

---

[1] المباركفوري، أبو العلا محمد عبد الرحمن بن عبد الرحيم، **تحفة الأحوذي بشرح جامع الترمذي**، دار الكتب العلميــة، بيروت، (371/2-372). وانظر: الشوكاني، **نيل الأوطار** (334/5). أبادي، **عون المعبود**(321/9).

[2] الأشقر، محمد سليمان،و آخرون، **بحوث فقهية في قضايا اقتصادية معاصرة**، ط1،النفائس، الأردن، 1998م، ص369.

[3] البيهقي، **السنن الصغرى**، كتاب: البيوع، باب: التسعير(259/5)،(2009). أبو داود، **سنن أبي داود**، كتاب: البيوع باب: في التسعير، حديث رقم (3450)،(272/3). قال الألباني، صحيح، انظر: الألباني، **إرواء الغليل**،(279/5).

[4] أحمد، **المسند**، (72/5)،(20714). قال الألباني: صحيح، انظر: الألباني، **الجامع الصغير وزيادته**،ص1362.

[5] المناوي، عبد الرؤوف، **فيض القدير بشرح الجامع الصغير**،المكتبة التجارية الكبرى، مصر، ط1، 1356هــ، (266). وانظر: الباجي، **المنتقى** (18/5).

- إن التسعير حجر و أكل لأموال الناس بالباطل[1].

- إن الإمام مأمور برعاية مصلحة الكافة و ليس نظره في مصلحة المشتري بـرخص الـثمن بأولى من نظره في مصلحة البائع بزيادة الثمن، و إذا تقابل الأمران وجب تمكين الفريقين من الاجتهاد لأنفسهم بالمساومة و توخي المصلحة، فيجتهد المشتري في الاسـترخاص ويجتهـد البائع في الاسترباح[2].

- إن التسعير سبب رئيس للغلاء ؛ لأن الجالبين إذا بلغهم ذلك لم يقدموا بسلعهم بلداً يكرهـون على البيع فيها بغير ما يريدون، و بالتالي من عنده بضاعة يمتنع عن بيعها ويكتمها، ويطلبها المحتاج و لا يجدها إلا قليلاً، فيرتفع بثمنها ليحصل عليها فتغلو الأسعار ويحصل الإضـرار بالجانبين، جانب الملاك في منعهم من بيع أملاكهم،و جانب المشترين مـن الوصـول إلـى غرضهم، فيكون حراماً[3].

وفي هذا قال ابن تيمية:" فإذا كان الناس يبيعون سلعهم على الوجه المعروف من غير ظلـم منهم وقد ارتفع السعر، إما لقلة الشيء وإما لكثرة الخلق، فهذا إلى الله، فإلزام الخلق أن يبيعوا بقيمة بعينها اكراه بغير حق"[4].

* **القول الثاني:جواز التسعير مطلقاً:** و ذهب إليه بعض الفقهاء[5]،منهم: سعيد بن المسيب وربيعة بن عبد الرحمن ويحيى بن سعيد الأنصاري، مستدلين على ذلك بما يأتي:

---

[1] انظر: الشوكاني، **نيل الأوطار**، (335/5). الكاساني، **بدائع الصنائع** (129/5). الباجي، **المنتقى**، (18/5).

[2] أبادي، **عون المعبود** (230/9)، وانظر: المباركفوري، **تحفة الأحوذي** (452/4).

[3] ابن قدامة، **المغني**،(239/4).

[4] ابن تيمية، **الحسبة**،ص21.

[5] انظر: العبدري، **التاج و الإكليل** (380/4)،الشوكاني، **نيل الأوطار** (233/5)،الباجي، **المنتقـى** (18/5).المبـاركفوري، **تحفة الأحوذي**، (273/2).السيوطي، **الأشباه و النظائر**، ص528). الجمل، **حاشية الجمل**، (93/3).ابن تيمية، **الحسبة في الإسلام**، ص 23-24.

* ما ورد عن رسول الله – صلى الله عليه و سلم- أنه قال:"من أعتق شركاً له عبد، فكان لـــه مال يبلغ ثمن العبد قوم عليه قيمة العدل، فأُعطي شركاؤه حصصهم وعتق عليه العبد، و إلا فقد عتق منه ما عتق"[1].

يقول ابن تيمية بعد هذا الحديث:" وهذا الذي أمر به النبي – صلى الله عليه وسلم- مـــن تقويم الجميع بقيمة المثل هو حقيقة التسعير"[2].

وجه الدلالة: هذا الحديث أصل في أن من وجبت عليه المعاوضة أجبر على أن يعاوض بـــثمن المثل لا بما يزيد عن هذا الثمن، وهو أصل في جواز إخراج الشيء عن ملك صاحبه قهراً بثمن المثل للمصلحة الراجحة، فقد تدخل رسول الله – صلى الله عليه وسلم – في التسعير عندما أمر بتقويم الجميع بقيمة المثل و هذا هو حقيقة التسعير[3].

* ما ورد من حديث سمرة بن جندب – رضي الله عنه – أنه كانت له عضد[4] من نخـــل فـــي حائط رجل من الأنصار قال: و مع الرجل أهله، قال: فكان سمرة يدخل إلى نخله فيتـــأذى بـــه ويشق عليه فطلب إليه أن يبيعه فأبى فطلب إليه أن يناقله فأبى، فأتى النبي – صـــلى الله عليـــه وسلم- فذكر ذلك له، فطلب إليه النبي – صلى الله عليه وسلم – أن يبيعه فأبى، فقـــال: " أنـــت مضار "فقال النبي عليه السلام للأنصاري:" اذهب فاقلع نخله "[5].

* أن رسول الله- صلى الله عليه وسلم- "نهى أن يبيع حاضر لباد"[6]، وذلك لأن الحاضر العـــالم بالسعر ليس له أن يتوكل للبادي الجالب للسلعة لأنه إذا توكل له مع خبرته بحاجة النـــاس إليـــه

---

[1] البخاري، **صحيح البخاري**، كتاب: البيوع، باب: الشركة في الرقيق، (885/2) حديث رقم (2369).
[2] ابن تيمية، **الحسبة في الإسلام**، ص24.
[3] ابن تيمية، **مجموع فتاوي شيخ الإسلام ابن تيمية**، (76/28).
[4] أي صار للنخلة جذع يتناول منه، ويقال عضد لأنها متساطرة.الزمخشري،محمود بن عمر، **الفائق في غريب الحديث والأثر**، تحقيق: علي البجاوي، دار المعرفة، بيروت، ط3، (442/2-443).
[5] أبو داود، **سنن أبي داود**، كتاب: الأقضية في أبواب من القضاء، (3636)، (315/3).قال الحافظ:إسناده حسن، انظـــر: **نيل الأوطار**،(335/5).
[6] سبق تخريجه، ص138.

أدى ذلك إلى غلاء الثمن على المشتري، فنهيه – صلى الله عليه وسلم – عن التوكل له مع العلم أن جنس الوكالة مباح ولكنها منعت لما فيه من زيادة السعر على الناس[1].

فقد أوجب النبي – صلى الله عليه وسلم – المعاوضة بثمن المثل مراعاة لمصلحة خاصة فدل ذلك على وجوب البيع عند حاجة المشتري إلى المبيع، وأي حاجة أشد من حاجة عموم الناس إلى اللباس و الطعام ونحوهما من سائر الضروريات[2].

واستدلوا أيضاً بالمعقول:

* حيث إن التسعير يمنع إغلاء الأسعار على الناس، و ليس في ذلك إجبار للناس على البيع بغير وجه، وإنما منعاً من البيع بغير السعر الذي يحدده الإمام على حسب ما يرى من المصلحة للبائع والمبتاع، فلا يمنع البائع ربحاً و لا يسوغ له منه ما يضر الناس[3].

* وعدم التسعير قد يؤدي إلى الفوضى في البيع و الشراء، و بالتالي تؤثر على الناس خاصة إذا كان ذلك في البضائع الأساسية؛ لذا فإن تدخل ولي الأمر إنما هو لصالح البائع و المشتري[4].

*كذلك فإن المصلحة تقتضي التسعير، حيث أن تسعير السلع في وقت الضائقة عمل ضروري تقتضيه المصلحة العامة لتيسير العيش لجميع الأفراد على سواء[5].

– **واستدلوا أيضاً بمجموعة من القواعد منها:** "قاعدة: "لا ضرر و لا ضرار"[6]، وقاعدة: "الحاجة تنزل منزلة الضرورة خاصة كانت أو عامة"[7]، و كلها تفيد بضرورة التسعير للوقوف في وجه المستغلين من التجار و أصحاب النفوس الشرهة والمحتكرين الذين لا ينفكون عن

---

[1] ابن تيمية، **الحسبة في الاسلام**، ص 40.

[2] ابن تيمية، **مجموع فتاوي شيخ الإسلام ابن تيمية** (76/28). وانظر: ابن قيم الجوزية، **الطرق الحكمية**، ص 264.

[3] الباجي، المنتقى(18/5).

[4] حميش، **حماية المستهلك**، ص 193.

[5] عبده، موفق محمد، **حماية المستهلك في الفقه الإسلامي**، مجدلاوي، الأردن،2002م، ص 297.

[6] الزرقا، أحمد بن الشيخ محمد، **شرح القواعد الفقهية**، دار القلم، دمشق،ط6، 1422هـ ص165.

[7] الزرقا، شرح القواعد الفقهية،، ص109.

استغلال كل الفرص التي تؤدي إلى رفع الأسعار بصورة كبيرة و بالتالي تلحق بالناس الأضرار الكبيرة والمشقة.

ثانياً: التسعير في حالة الغلاء:

وفيها قولان: قول يمنع التسعير، وقول يجيزه:

القول الأول: منع التسعير في حالة الغلاء، وذهب إليه كثير من الشافعية[1]، والحنابلة[2]، والمالكية[3].

ودليلهم على ذلك: رفضه – صلى الله عليه وسلم – للتسعير حين طلب منه ذلك، فعن أنس – رضي الله عنه – قال:" غلا السعر على عهد رسول الله- صلى الله عليه وسلم- فقال الناس: يا رسول الله سعر لنا؟ فقال رسول الله -صلى الله عليه وسلم-:" إن الله هو المسعر القابض الباسط الرازق، و إني لأرجو أن ألقى ربي و ليس أحد منكم يطلبني بمظلمة في دم ولا مال "[4].

وجه الدلالة: أن رسول الله – صلى الله عليه وسلم – لم يسعر رغم غلاء السعر.

وقد جاء في المهذب:" ولا يحل للسلطان التسعير"[5].

وقال صاحب مغني المحتاج:" ويحرم التسعير ولو في وقت الغلاء"[6].

القول الثاني: جواز التسعير إذا غلا السعر، وذهب إليه بعض الحنفية[7] وبعض المالكية[8]، وبعض

---

[1] انظر:المزني، **مختصر المزني**،(209/2). الأنصاري، **أسنى المطالب**،(38/2). البكري، **حاشية إعانة الطالبين**(31/3).

[2] انظر: الحجاوي، **الإقناع**، (77/2). المرداوي، **الإنصاف**، (244/4).

[3] انظر: ابن رشد القرطبي، **البيان والتحصيل**،(355/9).

[4] سبق تخريجه،ص156.

[5] الشيرازي، **تكملة المجموع**،(47/12).

[6] الشربيني، **مغني المحتاج**،(38/2).

[7] انظر: سليمان، عبد الرحمن، **ملتقى الأبحر**،(214/1). ابن عابدين، **الحاشية**،(400/6).

[8] العبدري، **التاج والإكليل**،(380/4).

الشافعية[1].

ودليلهم على ذلك ما ورد عن النبي – صلى الله عليه وسلم – أنه قال:" من أعتق شركاً له عبد، فكان له مال يبلغ ثمن العبد قوم عليه قيمة العدل، فأُعطي شركاؤه حصصهم وعتق عليه العبد، وإلا فقد عتق منه ما عتق"[2].

وفي هذا المعنى يقول ابن تيمية:" وأما إذا كانت حاجة الناس لا تندفع إلا بالتسعير العادل، سعر عليهم تسعير عدل لا وكس ولا شطط"[3]

الترجيح: أنا أرى الجمع بين أدلة الطرفين، حيث أرى أن التسعير جائز بل إنه واجب في أحوال معينه مثل اكتساح السوق من قبل المحتكرين أو من قبل فئة قليلة من التجار تتلاعب بالأسعار وترفعها كما تشاء، وخاصة إذا كان ذلك في أقوات الناس والأشياء الضرورية كالأدوية مثلاً، أما إذا كانت السلع تباع بالثمن المتعارف عليه، وكانت الأسواق تسير على طبيعتها، فأرى أن التسعير في هذه الحالة محرم ؛ لأنه ظلم لصاحب السلعة وتدخل في حرية التجارة بدون وجه حق، وهذا ما ذهب إليه شيخ الإسلام ابن تيمية، حيث قال:" السعر منه ما هو ظلم لا يجوز ومنه ما هو عدل جائز"[4].

ثالثاً: الأشياء التي يجري فيها التسعير:

اختلف العلماء في الأشياء التي يجري فيها التسعير على النحو التالي:

أولاً: أن التسعير يجوز في القوتين " قوت الآدمي و قوت الحيوان " وغيرهما مما تعم الحاجة إليه لجميع الناس، لأن الضرر إنما يحصل في إغلاء أسعار كل ما تعم حاجة الناس إليه من الأقوات وغيره.

---

[1] انظر: الماوردي، **الحاوي**، (409/5). الهيتمي، **الفتاوي الفقهية الكبرى**، (236/2).
[2] البخاري، **صحيح البخاري**، كتاب: البيوع، باب: الشركة في الرقيق، (885/2) حديث رقم (2369).
[3] ابن تيمية ، **الحسبة**، ص48.
[4] ابن تيمية، **مجموع فتاوي شيخ الإسلام ابن تيمية** (76/28).

ثانياً: إن التسعير خاص بالقوتين فلا يجري في غيرهما؛ وذلك لأن الضرر في الأغلب إنما يلحق العامة بإغلاء السعر في هذين القوتين دون غيرهما، فلا يجوز للإمام أو نائبه التسعير إلا فيهما[1].

ثالثاً: أن التسعير لا يكون إلا في المكيل و الموزون سواء أكان مأكولاً أو غير مأكول دون غيره مما لا يكال ولا يوزن[2].

رابعاً: أن التسعير لا يكون إلا في المأكول دون غيره[3].

الراجح: القول الأول هو القول الراجح، لأن قواعد الشريعة الإسلامية تسعى إلى رعاية مصالح الأمة و دفع الضرر والاستغلال عنهم في جميع شؤون حياتهم الضرورية، كما أن حاجة الناس إلى غير الأقوات قد تفوق حاجتهم أحياناً إلى الأقوات، و ذلك كحاجتهم إلى الأدوية و نحوهما[4].

رابعاً: دوافع التسعير في الاقتصاد الإسلامي:

يمكن إجمال دوافع التسعير في الإسلام بأربعة دوافع رئيسية هي[5]:

1- **الاحتكار:** عند حدوث الاحتكار فإن لولي الأمر إجراءات عديدة يمكنه بها معالجة هذه الحالة، و لعل من أهمها هو التدخل من أجل تسعير المواد عندئذ، فقد جاء في مواهب الجليل: "أنه إذا اشتراه من الأسواق واحتكر وأضر بالناس فيشترك فيه الناس بالسعر الذي اشتراه به"[6].

أما ابن قيم الجوزية فيقول:" إذا امتنع أرباب السلع من بيعها مع حاجة الناس إليها إلا بزيادة على القيمة المعروفة فهنا يؤمرون بالواجب على البيع بثمن المثل ويعاقبون على تركه"[7].

---

[1] انظر: الصنعاني، **سبل السلام** (25/3).
[2] العبدري، **التاج و الإكليل**، (380/4).
[3] ابن جزي، **القوانين الفقهية**، ص 169.
[4] ابن عمر، **أحكام السوق في الإسلام**، ص 394.
[5] الهيتي، **السياسة السعرية في المذهب الاقتصادي الإسلامي**، ص 154.
[6] الحطاب، **مواهب الجليل شرح مختصر خليل**،(227/4).
[7] ابن قيم الجوزية، **الطرق الحكمية**، ص 356.

2- **حاجة الناس إلى السلعة:** و تقدير حجم هذه الحاجة راجع إلى ولي الأمر، بحيث إذا رأى أن المصلحة تقتضي تدخله لتسعير السلع جاز له أن يسعر على الناس، كما في حالة المجاعة مثلاً، أو عند وقوع الكوارث أو الحروب، ففي مثل هذه الحالات يجوز لولي الأمر أن يسعر للناس إذا ما تعدوا في الأسعار أو حاولوا استغلال الناس.

يقول ابن قيم الجوزية:" إذا احتاج الناس إلى سلاح للجهاد فعلى أربابه أن يبيعوه بعوض المثل و لا يُمَكَّنوا من حبسه بما يريدون من الثمن و الله تعالى قد أوجب الجهاد بالنفس والمال، فكيف لا يجب على أرباب السلاح بذله بقيمة المثل"[1].

3- **التسعير في حالة الاختصاص:** المقصود بالاختصاص: هو أن يلتزم التجار البيع لفئة معينة من الناس لتبيعها بأسعار مرتفعة لا يمكن لعامة الناس دفعها للحصول على تلك السلع، وقد أشار ابن تيمية إلى كون الاختصاص دافعاً من دوافع التسعير يسوغ لولي الأمر التدخل من أجل ضمان قيمة المثل للسلع الاستهلاكية، حيث قال بصدد بيان الحالات التي يكون فيها التسعير مشروعاً، بل واجباً:" وأبلغ من هذا أن يكون الناس قد التزموا أن لا يبيع الطعام أو غيره إلا أناس معروفون – أي لا تباع تلك السلع إلا لهم ثم يقومون هم ببيعها –...فهنا يجب التسعير عليهم بحيث لا يبيعون إلا بقيمة المثل بلا تردد في ذلك عند أحد من العلماء...فالتسعير في مثل هذا واجب بلا نزاع و حقيقته إلزامهم أن لا يبيعوا و لا يشتروا إلا بثمن المثل"[2].

4- **التسعير عند تواطؤ البائعين ضد المشترين أو العكس:**

وهذه الحالة مزدوجة تتمثل في حصول التواطؤ من قبل الطرفين، فالتواطؤ من الطرف **الأول:** هو اتفاق مجموعة من الباعة على تحديد سعر معين للسلع ويكون هذا السعر فاحشاً وغير متناسب مع دخول الأفراد، والتواطؤ من الطرف الثاني: هو اتفاق مجموعة من المشترين على الاشتراك في تحديد سعر لسلعة معينة من أجل هدر حق صاحبها.

---

[1] ابن قيم الجوزية، **الطرق الحكمية**، ص 356/355.

[2] ابن تيمية، **الحسبة في الإسلام**، ص 17.

وقد عد ابن تيمية مثل هذه التصرفات إحدى الدوافع التي تجيز للإمام فرض سعر معين ليس فيه غبن أو ظلم لأحد الطرفين[1]، وقد أجاز فقهاء الأحناف تدخل الحاكم في التسعير إذا حصل تعدي من قبل البائعين، حيث قالوا: إذا تعدى أرباب الطعام في القيمة تعدياً فاحشاً كان لولي الأمر أن يسعر عليهم[2].

رابعاً: كيفية تطبيق التسعير:

من أجل ضمان التوصل إلى السعر الذي يحقق المصلحة العامة، يتعين على ولي الأمر ان يستعين في تقدير ذلك السعر بأهل السوق أولاً، و بأهل الخبرة ثانياً، يقول ابن حبيب المالكي:" ينبغي للإمام أن يجمع وجوه أهل سوق ذلك الشيء ويحضر غيرهم استظهاراً على صدقهم فيسألهم كيف يشترون وكيف يبيعون؟ فينازلهم إلى ما فيه لهم و للعامة سداد حتى يرضوا به.. ولا يجبرون على التسعير، ولكن عن رضا، وعلى ذلك أجازه من أجازه، ووجه ذلك أنه بهذا يتوصل إلى معرفة مصالح الباعة و المشترين، ويجعل للباعة في ذلك من الربح ما يقوم بهم ولا يكون فيه إجحاف بالناس"[3].

وفي الحقيقة أن هذا يعتبر من أبدع ما أفرزه التفكير الاقتصادي في الإسلام؛ لأنه يدل على أن التسعير فيه لا يكون عشوائياً، وإنما يقوم بناءاً على خطة مدروسة تقوم بها لجنة مختصة مناطة بولي الأمر تتشكل من ثلاث جهات هي:

الجهة الأولى: ممثل عن التجار و أهل السوق، عبر عنها ابن حبيب بقوله: "وجوه أهل سوق ذلك الشيء".

الجهة الثانية: ممثل عن أهل الخبرة والاختصاص، وعبر عنها بقوله: "ويحضر غيرهم استظهاراً على صدقهم".

---

[1] ابن تيمية، **الحسبة في الإسلام**، ص 18.

[2] الزيلعي، **تبين الحقائق**،(28/6). الشوكاني، **فتح القدير** (492/8).

[3] الباجي، **المنتقى**، (17/5). ابن تيمية، **الحسبة في الإسلام**، ص 33.

الجهة الثالثة: ممثل عن أفراد الأمة، فإنها مفهومة من قوله:" فينازلهم إلى ما فيه لهم وللعامة سداد حتى يرضوا عنه".

والواقع أن الإسلام بهذا التنظيم الاقتصادي يعتبر سباقاً في هذا المجال حيث أدرك أهمية إشراك جميع أطراف المبادلة في تحديد الأسعار قبل أن ينتبه إلى ذلك رواد الفكر الاقتصادي الوضعي بعدة قرون مما يشير إلى أن الاقتصاد الإسلامي و نظرياته قائمة بذاتها و مستقاه من أصولها الشرعية من الكتاب و السنة و إجماع العلماء و غيرها من الأصول الشرعية المعتبرة[1].

خامساً: أثر الأخذ بنظام التسعير على المنافسة التجارية:

التسعير سلاح ذو حدين فقد يكون أحياناً في مصلحة المشترين، ولكن أحياناً أخرى يضر بهم؛ وذلك لأن التسعير وحده قد لا يكون كافياً للقضاء على غلاء الأسعار والحد من استغلال وجشع التجار، فسرعان ما تعود الأسعار إلى الارتفاع بعد فرض التسعير، فيتضاعف ثمن السلعة أكثر مما كانت عليه قبل فرضه، فلا يؤدي التسعير الغرض الذي فرض من اجله، فالعلاج بالتسعير وحده هو علاج لظواهر المرض دون استئصال لجذوره، ولهذا قال بعض العلماء "إن التسعير سبب غلاء الأسعار"[2]، فالتسعير مهما سلمنا بجوازه لا يجوز أن يؤدي إلى الإضرار بالمستهلكين لأن الهدف منه ابتداءً هو حمايتهم من جشع التجار وطمعهم[3].

لهذا فإنه ينبغي على الدولة كي تحافظ على استقرار الأسعار، و حتى يؤدي نظام التسعير الغرض الذي من أجله فرض، أن تتخذ مجموعة من التدابير الوقائية و التي منها[4]:

1- مراقبة الأسعار مراقبة دقيقة من قبل ولي الأمر أو نائبه؛ لمنع التجار من التلاعب بالأسعار والتحكم بالأثمان.

---

[1] الهيتي، **السياسة السعرية في المذهب الاقتصادي الإسلامي**، ص 166-167.

[2] ابن قدامة، **المغني**، (151/4)

[3] حميش، **حماية المستهلك من منظور إسلامي**، ص 199

[4] ابن عمر، **أحكام السوق في الإسلام**، ص 395-397.

2- معاقبة كل من يثبت مخالفته لنظام التسعير بإحدى العقوبات التعزيرية، على حسب ما يراه ولي الأمر مناسباً للردع و الزجر.

3- زيادة العرض و ذلك بطرح مواد و سلع كثيرة يحتاج إليها الناس بحيث تفي بحاجات الناس وتسعيرها بثمن مناسب، مع منح إعانات مالية للمنتجين والجالبين لتشجيعهم على عرض السلع بأسعار مناسبة.

4- التخطيط الدقيق والشامل لمدى حاجة الدولة إلى الاستهلاك من السلع الضرورية والكمالية على المدى الطويل وذلك ضمن إطار خطة الدولة الاقتصادية.

5- إنشاء عدد من الجمعيات التعاونية للمستهلكين في جميع المدن و القرى، حيث تباع السلع والبضائع بأسعار معقولة في متناول المستهلكين.

6- بث الوعي الديني بين الناس منتجين ومستهلكين وتعريفهم بنظام الإسلام في المعاملات والاستهلاك؛ وذلك لغرس روح التعاون والإخاء فيما بينهم، وتحذيرهم من عقوبة الاستغلال والاحتكار، وذلك عن طريق و سائل الإعلان المختلفة، وعقد اللقاءات والندوات بين المنتجين والمستهلكين.

أما إذا تعين التسعير ولم تجد الدولة بداً من حماية المستهلك إلا عن طريقه، وجب التسعير وذلك للأسباب التالية[1]:

1- لأنه الوسيلة الصارمة لمحاربة المحتكرين.

2- التسعير يمثل حماية للمستهلك من جشع أرباح التجار غير المحدودة، كما يعطي التاجر ربحاً محدوداً ومعقولاً حماية لمصلحته أيضاً.

[1] حميش، **حماية المستهلك من منظور إسلامي**،ص 200.

3- التسعير وسيلة لضبط عملية المضاربة و المنافسة في الأسعار التي تؤدي بالكثير من التجار إلى إشهار إفلاسهم و خروجهم من السوق بسبب منافسة الأقوياء أصحاب المصالح التجارية الكبرى.

4- بالتسعير نحاول الموازنة بين المصلحة العامة (عامة الناس) و المصلحة الخاصة (مصلحة التجار).

5- بالتسعير أيضاً نحمي الناس الذين لا علم لهم بالأسعار، فبنشر نظام التسعير يقبل الإنسان على الشراء وهو مطمئن من انه لا يخدع و لا يقع في شراك جشع التجار و طمعهم.

المبحث الثاني

حماية المنافسة التجارية حديثاً

يتحدث هذا المبحث عن حماية المنافسة التجارية المشروعة حديثاً وذلــك مــن خــلال القانون، وقد وقع المبحث في خمسة مطالب، حيث احتوى المطلب الأول الغــرض مــن ســن القوانين التجارية، والمطلب الثاني تناول بعض الأمور و بصورة مختصرة فيما يتعلق بــدعوى المنافسة غير المشروعة، في حين تحدث المطلب الثالث عن الجزاءات المترتبة على المنافســة غير المشروعة، وتناول المطلب الرابع الإجراءات الوقائية لمنع أعمال المنافسة غير المشروعة، وأخيراً تناول المطلب الخامس الحماية القانونية للمتجر من أعمال المنافسة غير المشروعة.

المطب الأول: الغرض من سن قوانين تحمي المنافسة

هناك فوائد تتحقق من سن قوانين تنظم وتحمي المنافسة التجارية،ومن ذلك[1]:

أولاً: حماية و تشجيع المنافسة التجارية المشروعة.

ثانياً: تعزيز كفاءة الاقتصاد.

ثالثاً: مكافحة الاتفاقيات أو الترتيبات أو الممارسات التجارية التقليدية للمنافسة.

رابعاً: توفير تنمية متوازنة و متنافسة للأنشطة الاقتصادية.

خامساً: الحد من الآثار الضارة التي تلحق بالنظام الاقتصادي و الاجتماعي.

سادساً: توزيع أفضل للموارد الاقتصادية، و تحقيق أسعار دنيا مع زيادة الجودة و النوعية.

سابعاً: إيجاد بيئة تنافسية جذابة للاستثمارات.

ثامناً: تمكين القطاع الخاص من الدخول في الأنشطة الاقتصادية الرئيسية.

---

[1] انظر: النجار، **المنافسة والترويج الاقتصادي**، ص158، حميش، **حماية المستهلك من منظور إسلامي**، ص219.

تاسعاً: تحقيق رفاهية المستهلك من خلال الإبداع و التفاني في توفير سلع بأسعار معقولة.

المطلب الثاني:ما يتعلق بدعوى المنافسة غير المشروعة

يعطي القانون الحق للمتضرر من المنافسة غير المشروعة من رفع دعوى تضرر لرفع الضرر عنه، وتتم الأمور على النحو الآتي:

أولاً: أطراف دعوى المنافسة غير المشروعة:

تقام دعوى المنافسة غير المشروعة من المتضرر، فرداً كان أو أكثر، ففي الحالة الأخيرة يمكن أن ترفع منهم مجتمعين أو منفردين، و إذا كان الضرر غير متحقق بعد، فيمكن رفع دعوى للمطالبة بوقفه فقط[1]، ولا يجوز أن ترفع الدعوى من غير المتضرر أو نائبه، ويكون لكل متضرر دعوى شخصية باسمه، دون أن يمس ذلك حقوق الآخرين ممن أصابهم الضرر، ولا تقبل دعوى المنافسة غير المشروعة متى كانت تجارة المدعي غير مشروعة كتجارة المخدرات[2].

ثانياً: الأساس القانوني لدعوى المنافسة:

أعطى المشرع للمتضررين من أعمال المنافسة غير المشروعة الحق في إقامة دعوى تسمى دعوى المنافسة غير المشروعة، و الحصول على التعويض عن الأضرار اللاحقة بهم[3]، فما هو الأساس القانوني الذي استندت عليه؟

يرى البعض أن أساس هذه الدعوى: هو حماية ما يتمتع به التاجر من حق ملكية على متجره، وعلى ذلك فإن أي اعتداء على عناصر هذا الحق يعتبر منافسة غير قانونية توجب المساءلة القانونية[4]، وهناك من يرى أن دعوى المنافسة غير المشروعة ترتكز – كما أسسها

---

[1] العطير، عبد القادر حسين، **الوسيط في شرح القانون التجاري**، ط2، دار الثقافة، عمان،1999م، ص 177

[2] رضوان، **مبادئ القانون التجاري**، ص501.

[3] الفقى، **القانون التجاري**، ص314.

[4] العليكي، **القانون التجاري**، ص161.

القضاء – على القواعد العامة، أي العمل غير المشروع، أي قواعد المسؤولية التقصيرية، والتي تقتضي بأن كل خطأ سبّب ضرراً للغير يلزم من ارتكبه بالتعويض، إلا أن دعوى المنافسة غير المشروعة لا تهدف فقط إلى إصلاح الضرر، و إنما هي كذلك دعوى وقائية، تهدف إلى منع وقوع الضرر في المستقبل، و قد نصت المادة (66) مدني على ما يلي[1]:

1- يجب الضمان على من استعمل حقه استعمالاً غير مشروع.

2- يكون استعمال الحق غير مشروع بما يلي:

أ- إذا توافر قصد التعدي.

ب- إذا كانت المصلحة المرجوة من الفعل غير مشروعة.

ج- إذا كانت المنفعة منه لا تتناسب مع ما يصيب الغير من الضرر.

د- أذا تجاوز ما جرى عليه العرف و العادة.

ثالثاً: شروط دعوى المنافسة غير المشروعة:

يشترط لرفع دعوى المنافسة غير المشروعة وجود منافسة تتصف بعدم المشروعية، ويسمى هذا ركن الخطأ، و أن ينشأ ضرر عن هذه المنافسة غير المشروعة و يسمى هذا ركن الضرر، وأن تتوافر علاقة سببية بين الخطأ و الضرر الذي أصاب التاجر المتضرر[2]، وتوضيح ذلك على النحو الآتي:

* **الخطأ:** المقصود بالخطأ انه إخلال بواجب قانوني مقترن بإدراك المخل إياه، ويتطلب الخطأ في دعوى المنافسة غير المشروعة أن تكون هناك منافسة بين شخصين، وأن يرتكب أحدهما خطأ في هذه المنافسة، ويتحقق الخطأ في عمل المنافس سواء حدث ذلك عن عمد أو عن مجرد

---

[1] بو ذياب، **مبادئ القانون التجاري**، ص 179.

[2] العطير، **الوسيط في شرح القانون التجاري**، ص 175.

إهمال وعدم تبصر، أي سواء توفر لدى المنافس قصد الإضرار بالغير و سوء النيـــة، أو كـــان الخطأ غير عمدي مبعثه الإهمال بحقيقة نشاط المنافس[1].

* **حصول ضرر للمدعي:** فلا بد أن يثبت المدعي الضرر الـــذي لحقـــه مـــن المنافســـة غيـــر المشروعة، و لا يهم أن يكون الضرر مادياً أو أدبياً، حالاً أو محتمل الوقوع في المستقبل، مـــا دام سببه فعل منافسة غير مشروعة، و يكتفي أن يكون محتملاً لا مؤكداً، لأن الضرر من هـــذه المنافسة يتمثل في فقد الزبائن، علماً بأن وضعهم في الأصل غير ثابت، لـــذا يكتفـــى بخطـــر فقدهم[2]، كما لا يشترط أن ينتج عن وقوع الضرر خسارة فعلية و إنما يكفي مجرد تفويت الربح على المحل التجاري[3].

* **العلاقة السببية بين الخطأ و الضرر:** و حتى تقوم الدعوى بحق المدعى عليه، فلا بـــد مـــن إثبات وجود رابطة سببية بين الخطأ و الضرر المتعدى به، أي الارتباط بـــين المنافســـة غيـــر المشروعة و الضرر الذي لحق بصاحب المحل التجاري المدعي بهذه الدعوى[4]، أما إذا انتفـــت العلاقة السببية بين فعل المنافسة غير المشروعة و الضرر، كما لو كان الضرر بسبب المنافسة المشروعة، أو فعل الغير، أو خطأ المضرور، عنده تنتفي المسؤولية عن الضرر بالنسبة للمدعى عليه[5]، و الحقيقة أن إثبات دعوى المنافسة غير المشروعة لا يكون أمـــراً ســـهلاً فـــي جميـــع الأحوال، ذلك أنه إذا كان بالإمكان إثبات وجود هذه الرابطة عند تحقق الضرر فعلاً، فإنه يكون من الصعب بيان رابطة سببية عندما يكون الضرر محتملاً، و الضرر الاحتمالي هو الذي يميز دعوى المنافسة غير المشروعة عن دعوى المسؤولية التقصيرية العادية[6]، حيـــث يقصـــد مـــن دعوى المنافسة غير المشروعة هنا إزالة الوضع غير المشروع بالنسبة للمستقبل فـــلا يتطلـــب

---

[1] كريم، **مبادئ القانون التجاري**، ص 232.
[2] العليكي، **القانون التجاري**، ص 155-156.
[3] يونس، **المحل التجاري**، ص 146.
[4] بو ذياب، **مبادئ القانون التجاري**، ص 181.
[5] العطير، **الوسيط في شرح القانون التجاري**، ص 177.
[6] العليكي، **القانون التجاري**، ص 160.

السببية في دعوى المنافسة غير المشروعة، و هذا على عكس المسؤولية التقصيرية التي تهدف إلى تعويض الضرر فلا بد من إثبات رابطة السببية[1].

المطلب الثالث: الجزاءات المترتبة على المنافسة غير المشروعة

يترتب على من يرتكب عملاً من أعمال المنافسة غير المشروعة المسؤوليات التالية:

أولاً: المسؤولية المدنية: تُرتِّب المنافسة غير المشروعة المسؤولية على فاعلها، و يلتزم من جراء ذلك بالتعويض عن الأضرار التي لحقت بالمدعي، و تقدر المحكمة التعويض وفقاً للقواعد العامة في المسؤولية التقصيرية، و فضلاً عن ذلك و منعاً لاستمرار الضرر أو تكراره، فإنه يجوز للمحكمة أن تأمر باتخاذ التدابير الكفيلة بوقف أعمال المنافسة غير المشروعة، كأن تأمر بمنع استخدام العلامة التجارية أو الاسم التجاري، و قد تأمر المحكمة بإضافة بيان إلى الاسم التجاري لتمييزه عن الاسم المشابه لإزالة اللبس بينهما، كما يجوز للمحكمة أن تأمر بنشر الحكم في جريدة أو أكثر على نفقة المحكوم عليه، و للمحكمة كذلك أن تحكم بغرامة تهديدية عن كل يوم يتأخر فيه المحكوم عن التنفيذ.

ثانياً: المسؤولية الجنائية: وقد يترتب على المنافسة غير المشروعة مسؤولية جنائية إذا توافر سوء القصد من قبل الفاعل، فيما يعرف بجريمة المنافسة الاحتيالية[2].

ثالثاً: التعويض: رتب القانون على فعل المنافسة غير المشروعة إذا ألحقت الضرر بالتجار التعويض عن الضرر المادي أو الأدبي أو المعنوي، و كذلك إيقاف عمل المنافسة غير المشروعة، و أن تأمر بمصادرة أو إتلاف الوسائل التي استخدمت في فعل المنافسة غير المشروعة، كما اعتبرت بعض أعمال المنافسة غير المشروعة جريمة و عقوبتها الحبس مدة لا تزيد عن سنة[3].

---

[1] منشورات القدس المفتوحة، **القانون التجاري**، ط1، 1997م، ص252.

[2] كريم، **مبادئ القانون التجاري**، ص235.

[3] بو ذياب، **مبادئ القانون التجاري**، ص181-182.

أما أنواع التعويض فيجوز للقضاء أن يحكم بالتعويض النقدي، أو بالتعويض العيني، أو بالتعويضين معاً، مع الحكم بغرامة عن كل يوم لا تنفذ فيه[1].

المطلب الرابع: الإجراءات الوقائية لمنع أعمال المنافسة غير المشروعة

هناك إجراءات وقائية وضعها القانون للحيلولة دون حصول أعمال المنافسة غير المشروعة، ومن ذلك:

أولاً: أهمية وجود علامات على البضائع: حيث تنبع أهمية هذه العلامات في أنها تشكل وسيلة فعالة من وسائل قمع المنافسة غير المشروعة، ذلك أن أحكام علامات البضائع تهدف في الأساس إلى تنظيم المنافسة المشروعة، ووضع التدابير لقمع المنافسة غير المشروعة، وردع الممارسات او الأعمال التي تخالف الممارسات الشريفة في مجال التجارة، و هي تعمل كذلك على حماية جمهور المستهلكين من الغش التجاري، بالإضافة إلى تحقيق الرقابة على البضائع التي يتم تداولها في الأسواق[2].

ثانياً: الحماية الجزائية للعلامة التجارية: تتمتع العلامة التجارية بالحماية الجزائية إذا كانت مسجلة، فإذا انتفى التسجيل انتفت الحماية، وهي تتمتع بهذه الحماية خلال فترة تسجيلها، فإذا ما وقع الاعتداء على العلامة قبل تسجيلها فلا جريمة، و إذا ما وقع بعد انتهاء التسجيل لأي سبب كان فلا جريمة أيضاً[3].

ثالثاً: تقوم المحكمة باتخاذ الوسائل الوقائية في وقف الاعتداء أو منعه، كأن تأمر المحكمة بإضافة معينة إلى الاسم التجاري، تزيل اللبس بينه و بين اسم مشابه، أو تأمر بتعديل العنوان تحقيقاً لنفس الغاية، هذا إذا كانت وسائل المعتدي من شأنها تضليل الجمهور، و يتضح من هذه الإجراءات أنها ذات طابع وقائي، و لذلك يجوز الحكم بها لو انعدم الضرر كلية[4].

---

[1] القضاة، و آخرون، **مبادئ القانون التجاري**، ص 67.

[2] محرز، **القانون التجاري**، ص 235.

[3] زين الدين، **الملكية الصناعية و التجارية**، ص 466-467.

[4] كالوري، رولاند و آخرون، **المنافسة العالمية**، ترجمة: عبد الحكيم أحمد الخزامي، دار الفجر، 2000م، ص 171.

رابعاً: التدخل في السوق وتحديد الأسعار: يتحدد سعر السلعة في الظروف العادية عن طريـــق تفاعل قوى العرض و الطلب، و في الاقتصاد الإسلامي يترك لجهاز الأسعار أن يلعـــب دوره التلقائي بالنسبة لتخصيص الإنتاج و توزيعه، أما إذا حدث تلاعب في السوق لإنقاص العـــرض بغية إحداث ارتفاع في السعر بصورة تعسفية، فإن من واجبات الدولة التدخل في السوق وتحديد الأسعار.

خامساً: محاربة الاحتكار و تشجيع المنافسة بين المنتجين: و يكون بمحاربة أساليب الاحتكار المحرمة مثل إقفال الأسواق، و التحكم في الإنتاج عن طريق منع مؤسسات أخرى من استخدام المواد الخام، أو منعها من استخدام منافذ التسويق و إغراق الأسواق لتدمير المؤسسات المنافسة، و الدولة في هذه الحالة عليها واجب التدخل بصورة مباشرة، أو غير مباشرة لتفسح المجال أمام دخول مؤسسات جديدة؛ لترشيد العملية الإنتاجية، و تحسين السلع، و تخفيض السعر[1].

المطلب الخامس: الحماية القانونية للمتجر من أعمال المنافسة غير المشروعة:

تمهيد: لاشك أن المنافسة بين المحال التجارية مطلوبة، إذا كانت في إطار المشروعية، و ذلـــك للأهداف التي تحققها للمستهلكين و التجار و المجتمع على الســـواء، فالمنافســـة بـــين المحـــال التجارية تؤدي إلى حث هذه المحال على انتقاء أفضل البضائع و أجودها حتى تظـــل محتفظـــة بعملائها، كما تؤدي إلى خفض الأسعار لجذب عملاء جدد، مما يعود بالفائدة على المســـتهلكين، وبالأرباح على المحال التجارية[2].

فكان لابد من تنظيم هذا التنافس بحيث لا يسمح للتجار من تجاوز حرية المنافسة بأفعال مخالفة للقانون، من خلال استخدامه لوسائل غير مشروعة، و أساليب غير شريفة تـــؤثر علـــى اختيار المجتمع[3].

---

[1] محرز، **القانون التجاري**، ص 333.

[2] رضوان، **مبادئ القانون التجاري**، ص 484.

[3] كريم، **مبادئ القانون التجاري**، ص 229.

لذلك سأتناول في هذا المطلب عناصر المتجر، ثم وسائل حماية المتجر من المنافسة غير المشروعة:

أولاً، المقصود بالمحل التجاري: هو مجموعة من الأموال المنقولة مادية و معنوية، تآلفت معاً ورتبت بقصد استغلال مشروع تجاري و الحصول على العملاء، و العناصر التي تتركب منها هذه المجموعة لا تذوب فيها ولا تتلاشى في محيطها و لا تتفاعل فيما بينها تفاعلاً يترتب على فقدان معالمها أو خصائصها، إنما يظل كل عنصر منها محتفظاً بذاتيته و طبيعته، و خاضعاً للقواعد القانونية الخاصة به[1].

ثانياً: عناصر المحل التجاري: يتكون المحل التجاري من العناصر المادية و المعنوية، و لكن ليس معنى ذلك أن العناصر التي يتكون منها المحل التجاري تكون واحدة في كل الأحوال، بل تختلف العناصر التي تلزم لوجود المحل التجاري حسب ظروف ونوع التجارة الممارسة[2]، وفيما يلي توضيح هذه العناصر[3]:

1- العناصر المادية: وأهم هذه العناصر:

* **المعدات و الأثاث التجاري**:وهي بصفة عامة منقولات مادية تستعمل في الاستغلال التجاري دون أن تكون مخصصة للبيع.

* **البضائع و السلع:** تحتل السلع مكانة خاصة بالنسبة للعناصر المكونة للمحل التجاري، فهي كل الأشياء المعدة للبيع، و تعد العنصر الأقل استقراراً في المحل التجاري؛ لأن وجودها مسألة مؤقتة فهي معدة أصلاً لغرض بيعها، فهي ليست عنصراً دائماً.

---

[1] يونس، **المحل التجاري**، ص 3.

[2] يونس، **المحل التجاري**، ص 449.

[3] منشورات جامعة القدس المفتوحة، **القانون التجاري**، ص 224-239

2- **العناصر المعنوية:** وأهم هذه العناصر:

* **الاتصال بالعملاء و السمعة التجارية:** و المقصود بهما القيمة الناتجة من العلاقات القائمة بين المحل التجاري و بين الأشخاص أصحاب الطلب.

* **الحق في الإيجار:** أي حق المستأجر في الانتفاع في المكان المؤجر، فعقد الإيجار يضمن استقرار المحل التجاري، و يشكل عنصراً مهماً من عناصره، ذلك أن تحديد موقع المحل غالباً ما يكون له دور مهم في اجتذاب العملاء.

* **الاسم التجاري:** وهو التسمية التي يمارس تحتها التاجر تجارته و يستخدمها علامة تميز مشروعه التجاري، يشكل عنصراً من عناصر المحل التجاري فائدته جمع العملاء.

* **حقوق الملكية الصناعية:** و تشمل الحقوق الواردة على براءات لاختراع و الرسوم والنماذج الصناعية و العلامة التجارية، و هي تعد عناصر معنوية في المحل التجاري.

ثالثاً: اكتساب صفة التاجر:إن احتراف العمل التجاري من قبل شخص ما يكسبه صفة التاجر، فالتاجر هو الذي تكون مهمته القيام بأعمال تجارية، و يترتب على اكتساب هذه الصفة خضوع الشخص للالتزامات لتي يخضع إليها التجار، و أهمها القيد في السجل التجاري، ومسك السجل التجاري، و الانضمام إلى عضوية الغرف التجارية، كما يطبق عليه نظام الإفلاس، و هذا خلافاً للشخص الذي يمارس العمل المدني، كالمزارع مثلاً فهو يخضع لأحكام القانون المدني[1].

رابعاً: وسائل حماية المتجر من المنافسة غير المشروعة:

إن القانون يحمي تلك العناصر من اعتداء الغير عليها، وذلك عند استعمالها أو الإدعاء بعائديتها له بدون وجه حق، كما هو الحال بالنسبة للعنوان التجاري المسجل في السجل التجاري والاسم التجاري و براءة الاختراع[2]، و يترتب مثلاً على سرقة الاسم التجاري إلحاق الضرر

---

[1] منشورات القدس المفتوحة، **القانون الجاري**، ط1، 1997م، ص29.

[2] سامي، **القانون التجاري**، ص 92-94.

بالمحل التجاري، و لذلك يكون لصاحب المحل التجاري رفع دعوى المنافسة غير المشـــروعة على من سرقه لمطالبته بتعويض الضرر الذي أصابه من جراء ذلك[1]، و يعد من قبيل المنافسة غير المشروعة مخالفة بائع المتجر لالتزامه بعدم ممارسة نشاط مماثل لمحـــل تجـــاري آخـــر بمنطقة محددة و لمدة محددة[2].

وأخيراً أسأل الله تعالى أن أكون قد وفقت بطرحي لهذه المادة، وأن أكـــون قـــد وفيـــت الموضع حقه، فما كان من خير فمن الله عز وجل، وما كان من خطأ فمن نفســـي والشـــيطان، وأرجو الله أن يرزقني الإخلاص، والتوفيق و السداد، والحمد لله رب العالمين.

[1] يونس، **المحل التجاري**، ص 454.

[2] القضاة، **مبادئ القانون التجاري**، ص 67.

الخاتمة والنتائج

الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات، فله الحمد سبحانه على ما منّ به من إعانة وتوفيق في إتمام هذا العمل، وإنجاز هذه الدراسة، فله الحمد كل الحمد على جزيل كرمه، وكثير نعمه وعطاياه. والصلاة والسلام على خاتم الرسل و الأنبياء، صلاة أختم بها هذه الدراسة، راجياً ببركتها أن يمن الله تعالى علي بقبول هذا الجهد، إنه سميع مجيب الدعوات.

وبعد، ففي ختام هذه الدراسة، و بعد تمام هذا الجهد، لا بد من تسجيل أبرز ما توصلت إليه من نتائج، وخلاصة ما ذكرت فيها من أمور، أجملها فيما يلي:

1- التعريف الأشمل و الأدق للمنافسة المشروعة هو: أنها المنافسة الشريفة ذات الجدوى، التي لا بد منها من أجل العمل الدؤوب وعدم التراخي والكسل، والتي تقوم على جملة من الأخلاق والمبادئ الشرعية، ذات مصلحة لأطراف كثيرة، بما فيها العاملين والمجتمع.

2- التجارة أعم من البيع إذ البيع نوع منها فالتجارة يراد بها كل عمل يقصد به الربح بصفة عامة.

3- أباح الإسلام المنافسة التجارية ودل على ذلك الكثير من الأدلة الشرعية من الكتاب والسنة وكذلك إجماع الأمة.

4- أحاط الشرع المنافسة التجارية بالعديد من الضوابط منها:(تحريم الغش، وتحري الحلال، وتحريم التطفيف في الميزان...).

5- للغش أضرار كثيرة منها:(أضرار أخلاقية، ومالية، وصحية...).

6- لمراقبة الجهات المسؤولة للموازين والمكاييل فوائد وآثار منها: زرع الثقة في النفوس، وحماية أموال الناس، وخدمة الاقتصاد...).

7- إن الإلتزام بالضوابط الشرعية للمنافسة التجارية يعود بآثار ونتائج طيبة على المتعاملين في الأسواق منها:(تجعل السوق مكاناً تحكمه القيم والأخلاق، وكفاءة الأداء في العمل

والجودة في الصناعة والتجارة، وإرضاء العاملين في الأسواق، وتحقيق أهـداف العمـل التجاري).

8- هناك صور عديدة وكثيرة للمنافسة التجارية المشـروعة، مثـل: المزايـدة، والتقسـيط، والدعاية والإعلان، والجوائز.

9- من دوافع زيادة البائع للثمن في التقسيط: خوفه إفلاس المشتري أو موته، وفوات استغلاله للمبلغ لو باع نقدا.

10- وجه الخلاف بين القائلين بجواز التقسيط والقائلين بمنعه قياس الزيادة مقابل الأجل علـى الدين أو منع قياسها عليه، مع أن هناك فروقا بين الزيادة في الدين مقابل الأجل، والزيادة في الثمن مقابل الأجل، ومنها أن الزيادة في الدين هي زيادة في أحد المتسـاويين علـى الآخر أما في بيع الأجل فهي زيادة بين شيئين مختلفين.

11- هناك العديد من الضوابط الشرعية المتعلقة بالجوائز، منها: أن تكون الجائزة مباحة فـي ذاتها، وأن يكون موضوع الجائزة مباحا، وأن تكون معلومة الجنس والصفة و القدر مـع وجوب الوفاء بها.

12- لتعريف المنافسة غير المشروعة خصائص عامة يتميز بها، منها: القيام بأفعال لا تتفـق مع قواعد الأمانة والشرف، وإلحاق الضرر بالآخرين.

13- طرق الكسب غير المشروعة قديما متعددة ومتنوعة، منها: الغـش التجـاري، والربـا، والقمار.

14- أسباب تفشي ظاهرة الغش التجاري كثيرة، منها: ضعف الإيمان، وعدم الخشية مـن الله تعالى، والجهل وعدم المعرفة والإحاطة بفقه المعاملات الشرعية، وغيرها.

15- هناك صور حديثة ومتنوعة للمنافسة غير المشروعة، مثل: الإساءة إلى سمعة التـاجر، وإثارة أعمال تؤدي إلى اضطراب التنظيم الداخلي للمتجر، وغيرها.

16- للاحتكار آثار سيئة ومدمرة على السوق، فهو يؤدي إلى إهدار حرية التجارة حيث يتحكم المحتكر في السوق، ويقتل روح المنافسة البنائة، فيكون ذلك سببا في عدم إتقان وتحسين وتطوير المنتجات.

17- بيع الحاضر للبادي منهي عنه لما فيه من الضرر بأهل البلد، ولما فيه من غبن يلحق صاحب السلعة كونه يجهل ثمن السلعة الحقيقي، مما يؤدي إلى إضرار بالمشترين، وارتفاع الأسعار.

18- من أجل صحة المعاملات في السوق، ومراقبة التصرفات وسلوك البائعين والمشترين و التأكد من سلامتها، وتصحيح الانحرافات التي قد تحصل، كان نظام الحسبة في الإسلام.

19- حتى يؤدي نظام التسعير الغرض الذي من أجله فرض ينبغي على الدولة أن تقوم بمجموعة من التدابير الوقائية، منها: مراقبة الأسعار مراقبة دقيقة، ومعاقبة كل من يثبت مخالفته لنظام التسعير.

20- نظرا للتطور السريع الذي يحدث في شتى مجالات الحياة، ولاسيما مجال التجارة والمنافسة فيها، كان لابد من سن القوانين والتشريعات الكفيلة بضبط جميع الأمور المتعلقة بذلك، ومراقبة تطبيقها.

21- هناك فوائد تتحقق من سن قوانين تنظم وتحمي المنافسة التجارية، منها: تشجيع المنافسة التجارية المشروعة، تعزيز كفاءة الإنتاج، توزيع أفضل للموارد الاقتصادية.

المسارد

مسرد الآيات القرآنية

مسرد الأحاديث النبوية

مسرد الأعلام

فهرس الآيات القرآنية

السورة	الآية	رقم الآية	الصفحة
الأنعام	(وَأَوۡفُواْ ٱلۡكَيۡلَ وَٱلۡمِيزَانَ بِٱلۡقِسۡطِ)	152	21
التوبة	(وَقُلِ ٱعۡمَلُواْ فَسَيَرَى ٱللَّهُ عَمَلَكُمۡ وَرَسُولُهُۥ..)	105	32
النحل	(وَلَتُسۡـَٔلُنَّ عَمَّا كُنتُمۡ تَعۡمَلُونَ)	93	31
الإسراء	(وَأَوۡفُواْ بِٱلۡعَهۡدِۖ إِنَّ ٱلۡعَهۡدَ كَانَ مَسۡـُٔولاً)	34	75
	(وَأَوۡفُواْ ٱلۡكَيۡلَ إِذَا كِلۡتُمۡ وَزِنُواْ بِٱلۡقِسۡطَاسِ ٱلۡمُسۡتَقِيمِ..)	35	87
الجمعة	(يَـٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُوٓاْ إِذَا نُودِيَ لِلصَّلَوٰةِ..)	9	29
	(فَإِذَا قُضِيَتِ ٱلصَّلَوٰةُ فَٱنتَشِرُواْ..)	10	19
النور	(رِجَال لَّا تُلۡهِيهِمۡ تِجَٰرَةٌ وَلَا بَيۡعٌ..)	37	30
الفرقان	(وَمَآ أَرۡسَلۡنَا قَبۡلَكَ مِنَ ٱلۡمُرۡسَلِينَ إِلَّآ إِنَّهُمۡ...)	20	13، 19
فصلت	(وَمَا يُلَقَّىٰهَآ إِلَّا ٱلَّذِينَ صَبَرُواْ..)	35	128
الحجرات	(يَـٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُوٓاْ إِن جَآءَكُمۡ فَاسِقُۢ بِنَبَإٍ..)	6	154
الرحمن	(وَٱلسَّمَآءَ رَفَعَهَا وَوَضَعَ ٱلۡمِيزَانَ	7	21
المطففين	(وَيۡلٌ لِّلۡمُطَفِّفِينَ ۝١ ٱلَّذِينَ إِذَا ٱكۡتَالُواْ عَلَى)	5-1	25، 84، 87
	(وَفِي ذَٰلِكَ فَلۡيَتَنَافَسِ ٱلۡمُتَنَٰفِسُونَ)	26	18
الفجر	(وَتُحِبُّونَ ٱلۡمَالَ حُبّاً جَمّاً)	20	2
قريش	(لِإِيلَٰفِ قُرَيۡشٍ ۝١ إِۦلَٰفِهِمۡ رِحۡلَةَ ٱلشِّتَآءِ...)	2-1	16

فهرس الأحاديث النبوية

فهرس الأعلام

قائمة المصادر والمراجع

أبادي، أبو الطيب محمد شمس الحق العظيم، **عون المعبود شرح سنن أبي داود**، ط2، دار الكتب العلمية، بيروت، 1415هـ/ 1995م.

إبراهيم، خالد ممدوح، **حماية المستهلك في المعاملات الإلكترونية**، الدار الجامعية، الاسكندرية، 2007م.

الإبراهيم، محمد عقلة، **حكم بيع التقسيط في الشريعة في الشريعة و القانون**، مكتبة الهداية الحديثة، الأردن، ط1، 1987م.

أبو إسحاق، إبراهيم بن محمد بن عبد الله (ت:884هـ)، **المبدع شرح المقنع**، عالم الكتب، الرياض، 1423هـ.

أحمد، أبو عبد الله بن محمد الشيباني، **المسند**، مؤسسة قرطبة- القاهرة.

ابن الأزرق، **بدائع السلك**، تحقيق: علي سامي النشار، دار النشر: وزارة الإعلام، العراق، ط1.

الأزهري، أبو منصور محمد بن أحمد، **تهذيب اللغة**، تحقيق: محمد عوض مرعب، دار إحياء التراث العربي، ط1، 2001م.

الأشقر، عمر سليمان، **الربا وأثره على المجتمع الإنساني**،

الأشقر، محمد سليمان، وآخرون، **بحوث فقهية في قضايا اقتصادية معاصرة**، دار النفائس، الأردن، ط1، 1998م.

الأطرم، عبد الرحمن بن صالح، **الوساطة التجارية في المعاملات المالية**، دار إشبيليا، الرياض، ط2، 1997م.

الألباني، محمد ناصر الدين، **الجامع الصغير وزيادته**، المكتب الإسلامي.

الأوذن، سمير عبد السميع، **تسويق الشهرة التجارية ودور التحكيم في منازعاتها**، ط1، 2009م.

البابرتي، محمد بن محمد (ت:786هـ)، **العناية شرح الهداية**، بلا دار نشر أو طبعة.

بابلي، محمود محمد، **الأسس الفكرية والعلمية للاقتصاد الإسلامي**، دار الرفاعي، السعودية، ط1، 1983م.

الباجي، أبو وليد سليمان بن خلف، **المنتقى شرح موطأ الإمام مالك**، مطبعة السعادة، القاهرة،1913م.

البجيرمي، سليمان بن عمر بن محمد، **حاشية البجيرمي**، المكتبة الإسلامية، تركيا.

البخاري، أبو عبد الله محمد بن إسماعيل الجعفي، **صحيح البخاري (الجامع الصحيح المختصر)**، تحقيق: مصطفى ديب البغا، دار ابن كثير، بيروت، ط3، 1407هـ.

البركتي، محمد المجدوي، **قواعد الفقه**، الصدف، كراتشي، 1407هـ.

الشيرازي، **نهاية الرتبة في طلب الحسبة**، تحقيق: حسام الدين السامرائي، مطبعة المعارف، بغداد،1968م.

البعلي، أبو عبد الله محمد بن أبي الفتح، **المطلع على أبواب المقنع**، تحقيق: محمد بشير الأدلبي، المكتب الإسلامي، بيروت، 1981م.

البعلي، بدر الدين، أبو عبد الله محمد بن علي، **مختصر الفتاوي المصرية لابن تيمية**، تحقيق: محمد حامد الفقى، دار ابن القيم، السعودية، ط2، 1986م.

البكري، أبو عبد الله بن عبد العزيز الأندلسي، **معجم ما استعجم من أسماء البلاد والمواضع**، تحقيق: مصطفى السقا، عالم الكتب، بيروت، ط3، 1403هـ.

البهوتي، منصور بن يونس بن إدريس، (ت 1051 هـ)، **الروض المربع شرح زاد المستنقع في اختصار المقنع**، تحقيق: سعيد محمد اللحام، دار الفكر، بيروت.

البهوتي، منصور بن يونس بن إدريس، **شرح منتهى الإرادات**، عالم الكتب، بيروت.

البهوتي، منصور بن يونس بن إدريس، **كشاف القناع عن متن الإقناع**، تحقيق: هلال مصيلحي هلال، دار الفكر، بيروت، 1402هـ.

بو ذياب، سليمان، **القانون التجاري**، المؤسسة الجامعية للدراسات و النشر،ط2، 1995م.

بو ذياب، سليمان، **مبادئ القانون التجاري**، مؤسسة الجامعة(مجد)، بيروت، ط1،2003م.

الترمذي، أبو عيسى محمد بن عيسى السلمي، **سنن الترمذي**، تحقيق: أحمد محمد شاكر وآخرون، دار إحياء التراث العربي، بيروت.

تقي الدين، النهائي، **النظام الاقتصادي في الإسلام**،، منشورات القدس، ط2، فلسطين،1953م.

ابن تيمية، تقي الدين أبو العباس أحمد بن عبد الحليم، **الحسبة في الإسلام**، المكتبة السلفية، القاهرة، 1980م.

ابن تيمية، تقي الدين أبو العباس أحمد بن عبد الحليم الحراني،(ت:728هـ)، **الفتاوي الكبرى**، تحقيق: محمد عبد القادر عطا، مصطفى عبد القادر عطا، دار الكتب العلمية، بيروت، ط1،1408هـ.

ابن تيمية، تقي الدين أبو العباس أحمد بن عبد الحليم الحراني(ت:728هـ)،**كتب ورسائل وفتاوي ابن تيمية**، تحقيق: عبد الرحمن بن محمد النجدي.

ابن تيمية، تقي الدين أبو العباس بن عبد الحليم الحراني،(ت:728هـ)، **مجموع الفتاوي**، تحقيق: أنور الباز وعامر الجزار، دار الوفاء.

ابن تيمية، تقي الدين أبي العباس أحمد بن عبد الحليم الحراني، **مجموعة فتاوى ابن تيمية**، دار الفكر، بيروت،1403 هـ.

جامعة القدس المفتوحة، **مبادئ التسويق**، 2008م.

الجرجاني، علي بن محمد بن علي، **التعريفات**، تحقيق: إبراهيم الأبياري، دار الكتاب العربي، بيروت، ط1.

الجزيري، أبو السعادات المبارك بن محمد، **النهاية في غريب الحديث والأثر**، المكتبة العلمية، بيروت.

الجزري، عبد الرحمن، **كتاب الفقه على الذاهب الأربعة**، المكتبة التجارية الكبرى، القاهرة، 1970م.

ابن جزي، محمد بن أحمد الكلبي الغرناطي، **القوانين الفقهية.**

الجصاص، أبو بكر أحمد بن علي الرازي، **أحكام القرآن**، تحقيق: محمد الصادق قمحاوي، دار إحياء التراث العربي، بيروت، 1405هـ.

الجمال، محمد بن عبد المنعم، **موسوعة الاقتصاد الإسلامي**، دراسات مقارنة، دار الكتاب المصري، القاهرة دار الكتاب اللبناني، بيروت، ط1، 1980 م.

الجمل، سليمان، **حاشية الجمل**، دار الفكر، بيروت.

الجنيدل، حمد عبد الرحمن، **نظرية التملك في الإسلام**، مؤسسة الرسالة، ط2، 1403هـ.

الجنيدل، محمد بن عبد الرحمن. و ابو ديب، إيهاب حسين، **الاستثمار و التمويل في الاقتصاد الإسلامي**، دار جرير، ط1، 2009م.

الجوزي، أبو الفرج عبد الرحمن، **كشف المشكل من حديث الصحيحين**، تحقيق: علي حسين البواب، دار الوطن، الرياض،1997م.

الجوعاني، محمد نجيب حمادي، **ضوابط التجارة في الاقتصاد الإسلامي**، دار الكتب العلمية، بيروت، ط1.

الحاكم، محمد بن عبد الله النيسابوري، **المستدرك على الصحيحين**، تحقيق: مصطفى عبد القادر عطا، دار الكتب العلمية، بيروت،1411هـ، 1990م.

ابن حجر، أبو الفضل أحمد بن علي العسقلاني، **تهذيب التهذيب**، دار الفكر، بيروت، ط1، 1404هـ.

ابن حجر، شهاب الدين أحمد بن علي العسقلاني، **تحفة الأشراف شرح المنهاج**، تحقيق: عبد الصمد شرف الدين، المكتب الإسلامي، بيروت.

الحديدي، منى، **الإعلان**، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ط1، 1418هـ.

ابن حزم، أبو محمد علي بن أحمد بن سعيد الظاهري، **المحلى**، تحقيق: لجنة إحياء التراث العربي، دار الآفاق الجديدة، بيروت.

الحطاب، أبو عبد الله محمد بن عبد الرحمن، **مواهب الجليل لشرح مختصر خليل**، دار الفكر، بيروت، ط2، 1398هـ.

حلاوة، محمد بن علي: **صور من البيوع المحرمة والمختلف فيها**. مكتبة العلوم والحكمة، القاهرة، مصر، 1427هـ.

أبو حمد، رضا صاحب، **الخطوط الكبرى في الاقتصاد الإسلامي**، دار مجدلاوي، الأردن، ط1، 2006م.

حمدان، ماهر فوزي، **حماية العلامة التجارية دراسة مقارنة**، منشورات الجامعة الأردنية، 1999م.

حمودة، محمود محمد، **الاستثمار والمعاملات المالية في الإسلام**، ط1، 2006م.

حمودة، محمود محمد، **المعاملات في الإسلام**، مؤسسة الوراق، عمان، 2000م.

الحموي، أبو عبد الله ياقوت بن عبد الله، **معجم البلدان**، دار الفكر، بيروت.

الحميدي، محمد بن أبي نصر بن فتوح الأسدي، **تفسير غريب ما جاء في الصحيحين**، مكتبة السنة، القاهرة، ط1.

حميش، عبد الحق، **حماية المستهلك من منظور إسلامي**، 2004م.

حيدر، علي، **درر الحكام شرح مجلة الأحكام**، تحقيق: فهمي الحسني، دار الكتب العلمية، بيروت.

الخرشي، أبو عبد الله محمد بن عبد الله بن علي، **حاشية الخرشي على مختصر سيدي خليل**، 1306هـ.

الخرشي، **شرح مختصر سيدي خليل**، دار الفكر، بيروت.

الخطابي، حمد بن محمد بن إبراهيم البستي، **غريب الحديث**، تحقيق: عبد الكريم العزباوي، جامعة أم القرى، مكة، 1402هـ.

ابن خلدون، عبد الرحمن، **المقدمة**، دار القلم، بيروت، بدون تأريخ.

الدارقطني، أبو الحسن علي بن عمر البغدادي، **سنن الدارقطني**، تحقيق: السيد عبد الله هاشم المدني، دار المعرفة، بيروت، 1386هـ.

أبو داود، سليمان بن الأشعث السجستاني الأزدي، **سنن أبي داود**، تحقيق: محي الدين عبد الحميد، دار الفكر، بيروت.

الدبو، إبراهيم فاضل، **الاقتصاد الإسلامي: دراسة و تطبيق**، دار المنهاج، الأردن، ط1، 2008م.

الدردير، أبو البركات أحمد بن محمد العدوي، (ت:120هــ)، **الشرح الكبير**

الدردير، أبو البركات أحمد بن محمد العدوي،(ت:1201هــ)، **الشرح الصغير**.

الدسوقي، شمس الدين محمد عرفة، **حاشية الدسوقي على الشرح الكبير للدردير**،مكتبة الباجي، القاهرة، بدون تأريخ.

الدمياطي، أبو بكر بن السيد محمد شطا، **إعانة الطالبين**، دار الفكر، بيروت.

الدهلوي، الإمام أحمد ولي الله بن عبد الرحيم، **حجة الله البالغة**، دار الكتب الحديثة، القاهرة.

دويدار، هاني، **القانون التجاري**، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2004م.

الذهبي، أبو عبد الله محمد بن أحمد بن عثمان، ت:748هــ، **معرفة القراء الكبار على الطبقات والأعصار**، تحقيق: بشار عواد وآخرون، مؤسسة الرسالة، بيروت، ط1، 1404هــ.

الذهبي، أبو عبد الله محمد بن أحمد بن عثمان،(ت:748هــ)، **سير أعلام النبلاء**، تحقيق: شعيب الأرنؤوط وغيره، مؤسسة الرسالة، بيروت، ط9، 1413هــ.

الذهبي، أبو عبد الله محمد بن أحمد بن عثمان،(ت:748هــ)، **تذكرة الحفاظ**، تحقيق: زكريا عميرات، دار الكتب العلمية، بيروت، ط1، 1419هــ.

الرازي، محمد بن أبي بكر بن عبد القادر، **مختار الصحاح**، تحقيق: محمد خاطر، مكتبة لبنان، بيروت،1415هــ.

الربابعة، محمد إبراهيم، **الفقه الميسر في أحكام البيوع**، دار الكتاب الثقافي، الأردن.

الرحيباني، مصطفى السيوطي، **مطالب أولي النهى في شرح غاية المنتهى**، المكتب الإسلامي، دمشق، 1961م.

ابن رشد، أبو الوليد محمد بن محمد القرطبي، **بداية المجتهد و نهاية المقتصد**، دار الفكر، بيروت.

رضوان، فايز نعيم، **مبادئ القانون التجاري**، دار النهضة العربية، القاهرة، ط2،1997م.

الرملي، شمس الدين بن محمد بن أبي العباس، (ت:1004هـ)، **نهاية المحتاج إلى شرح المنهاج**، دار الفكر، بيروت.

الزبيدي،محمد مرتضى الحسيني، **تاج العروس جواهر القاموس**، دار الهداية.

الزحيلي، وهبة، **الفقه الإسلامي و أدلته**، دار الفكر، بيروت.

الزرقا، أحمد بن الشيخ محمد، **شرح القواعد الفقهية**، دار القلم، دمشق، ط6، 1422هـ.

الزركلي، خير الدين محمود بن محمد، الأعلام، دار العلم للملايين، الطبعة الخامسة عشر، (طبعة سنة 2002م).

زعيتري، علاء الدين، **فقه المعاملات المالية المقارن**، دار العصماء، سوريا، ط1، 2007م.

زكريا الأنصاري، **أسنى المطالب في شرح روض الطالب**، تحقيق: محمد محمد تامر، دار الكتب العلمية، بيروت، 1422هـ.

زكي، لينا، **قانون حماية المنافسة و منع الاحتكار**، 2005م.

الزمخشري، ابو القاسم محمود بن عمر بن محمد، **أساس البلاغة**، دار الفكر، بيروت، 1979م.

أبو زهرة، محمد، **الإمام زيد- حياته وعصره-آراءه وفقهه**، دار الفكر العربي، بيروت، ص290.

الزيلعي، فخر الدين عثمان بن علي، **تبيين الحقائق**، دار الكتب الإسلامي، القاهرة، 1313هـ.

زين الدين، صلاح، **الملكية الصناعية و التجارية**، دار الثقافة، عمان، ط1، 2000م.

الزين، سميح عاطف، **الإسلام خطوط عريضة عن: الاقتصاد- الحكم- الاجتماع**، الكتاب اللبناني، بيروت،ط1، 1974م.

السالوس، علي أحمد، **فقه البيع و الاستيثاق و التطبيق المعاصر**، مؤسسة الريان، بيروت،ط1، 2003م.

سامي، فوزي محمد، **القانون التجاري**، عمان، ط1، 1999م.

سامي، فوزي محمد، **شرح القانون التجاري**، دار الثقافة،عمان،ط1، 1999م.

سانو، قطب مصطفى، **الاستثمار أحكامه و ضوابطه في الفقه الإسلامي**، دار النفــائس الأردن، ط1، 1420هـ.

الساهي، **المال و طرق استثماره في الإسلام**، ط1، 1981م.

السبحي، محمد عبد ربه محمد، **القول البسيط في حكم البيع بالتقسيط**، دار الجامعــة الجديــدة، 2008م.

السبكي، علي بن عبد الكافي، **تكملة المجموع شرح المهذب**، مطبعة الإمام، مصر(بلا تأريخ).

السرخسي، شمس الدين، **المبسوط**، دار المعرفة، بيروت.

ابن سعد، أبو عبد الله محمد بن سعد بن منيع البصري، (ت:230هـ)، **الطبقات الكبــرى**، دار صادر، بيروت.

السعدي، أبو القاسم علي بن جعفر, **الأفعال**، عالم الكتب، بيروت،ط1، 1983م.

السلامات، ناصر عبد الحليم، **الحماية الجزائية للعلامة التجارية**، دار السلامة الحديثة، القاهرة، ط1، 2008م.

سلطان، أنور، **العقود المسماة شرح عقدي البيع و المقايضة.**

سليمان، سناء عبد السلام جابر، **تحقيق التوازن الاقتصادي من منظــور إســلامي**،دار الفكــر الجامعي، الاسكندرية، ط1.

السمرقندي، علاء الدين، (ت: 529هـ)، **تحفة الفقهاء**، دار الكتب العلمية– بيروت، (طبعة سنة 1405هـ/ 1984م).

السنهوري، **الوسيط في شرح القانون المدني**، دار النهضة العربية، 1986م.

السنهوري، عبد الرازق، **مصادر الحق في الفقه الإسلامي**، دار المعارف، مصر، 1967.

أبو السيد، أحمد محمد أحمد، **حماية المستهلك في الفقه الإسلامي**، دار الكتب العلمية، بيروت، ط 1، 2004م.

السيوسي، كمال الدين بن محمد بن عبد الواحد، **شرح فتح القدير**، دار الفكر، بيروت، ط2.

السيوطي، رمضان حافظ عبد الرحمن، **البيوع الضارة**، دار السلام.

السيوطي، عبد الرحمن بن أبي بكر، **الأشباه و النظائر**، دار الكتب العلمية، بيروت،1403هـ.

الشافعي، أبو عبد الله محمد بن إدريس، **الأم**، دار المعرفة، بيروت، 393هـ.

شبرا، محمد بن عمر، **الإسلام و التحدي الاقتصادي**، ترجمة: محمد زهير السنهوري، المعهد العالمي للفكر الإسلامي.

شبير، محمد عثمان، **المدخل إلى فقه المعاملات المالية**، دار النفائس، الأردن.

الشربيني، محمد الخطيب، **مغني المحتاج إلى معرفة معاني ألفاظ المنهاج**، دار الفكر، بيروت.

الشرواني، عبد الحميد،،(ت: 1301هـ)، **حواشي الشرواني**،دار الفكر، بيروت.

الشناوي، صلاح، **التسويق مبادئ و سياسات**، المكتب الشرقي، بيروت، ط1، 1970م.

الشنقيطي، محمد بن الأمين بن بن الجكني، **أضواء البيان**، تحقيق: مكتب البحوث والدراسات، دار الفكر، بيروت.

الشوكاني، محمد بن علي بن محمد، **فتح القدير الجامع بين فني الرواية والدراية من علم التفسير**، دار الفكر، بيروت.

الشوكاني، محمد بن علي بن محمد، **نيل الأوطار من أحاديث سيد الأخيار شرح منتقى الأخبار**، دار الجيل، بيروت، 1973م.

ابن أبي شيبة، أبو بكر عبد الله بن محمد الكوفي، **مصنف ابن أبي شيبة**، تحقيق: كمال يوسف الحوت، مكتبة الرشد، الرياض، ط1، 1409هـ.

الشيرازي، أبو إسحاق إبراهيم بن علي بن يوسف، **المهذب في فقه الإمام الشافعي**، دار الفكر، بيروت.

الصاوي، أحمد، **بلغة السالك لأقرب المسالك**، تحقيق: محمد عبد السلام الشاهين، 1415هـ، دار الكتب العالمية، بيروت.

الصفار، زينة غانم بن عبد الجبار، **المنافسة غير المشروعة للملكية الصناعية**، دار الحامد، الأردن، ط1، 2002م.

الصنعاني، شرف الدين الحسين بن أحمد بن علي السياغي،**الروض النضير شرح مجموع الفقه الكبير**، دار الجيل، بيروت، بدون تأريخ.

الصنعاني، محمد بن إسماعيل، **سبل السلام شرح بلوغ المرام من أدلة الحكام**، تحقيق: محمد بن عبد العزيز الخولي، ط4، 1379هـ.

طبارة، عفيف عبد الفتاح، **روح الدين الإسلامي**، دار العلم، بيروت، 1978م.

الطبراني، أبو القاسم سليمان بن أحمد بن أيوب، **المعجم الكبير**، تحقيق: حمدي بن عبد المجيد السلفي، مكتبة الزهراء الموصل، ط2، 1404هـ.

الطبري، أبو جعفر محمد بن جرير، (ت: 310هـ)، **جامع البيان عن تأويل آي القرآن**، دار الفكر- بيروت، ط1، 1405هـ.

الطحاوي ، أحمد بن محمد بن سلامة الجصاص ، **مختصر اختلاف العلماء**، تحقيـق: عبـد الله أحمد، دار البشائر الإسلامية، بيروت، ط2، 1417هـ.

ابن عابدين، **حاشية ابن عابدين (رد المحتار على شرح الدرر المختار شرح تنوير الأبصـار)** دار الفكر، بيروت.

عامر، باسم أحمد، **الجوائز:** احكامها الفقهية و صورها المعاصرة، دار النفـائس، الأردن، ط1، 1426هـ.

عبد الباقي، زيدان، **العمل و العمال و المهن في الإسلام**، مكتبة وهبة القاهرة، 1978م.

عبد السميع، إبراهيم حسني، **استثمار الأموال في الشريعة الإسـلامية**. مكتبة نانسي، القـاهرة، 2008.

عبد القادر، علي حسن، **دراسات في الاقتصاد و المعاملات المعاصرة**، دار المـال الإسـلامي، القاهرة، 1981م.

عبد اللطيف، أحمد عبد الموجود، **محددات الاستثمار فـي الاقتصـاد الإسـلامي**، دار التعلـيم الجامعي، الإسكندرية،2010م.

عبد الهادي، أبو سريع محمد، **الربا و القرض في الفقه الإسلامي**، دار الاعتصام.

العبدري، أبو عبد الله محمد بن يوسف بن أبي القاسم (ت:897هـ)، **التاج و الإكليل لمختصـر خليل**، دار الفكر، بيروت، 1398هـ.

العبدلي، قحطان، **الدعاية و الإعلان**.

عبده، موفق محمد، **حماية المستهلك في الفقه الاقتصادي الإسلامي**، مجـدلاوي، الأردن، ط1، 2002م.

عثمان، عبد الحكيم أحمد محمد، **المناقصات و أحكامها في الفقه الإسلامي**، دار الجامعة الجديدة، مصر ،ط1.

العدوي، علي الصعيدي، **حاشية العدوي**، تحقيق: يوسف الشيخ محمد البقاعي، 1412هـ، دار الفكر، بيروت.

العراقي، أبو الفضل زين الدين بن الحسيني، **طرح التثريب في شرح التقريب**، تحقيق: عبد القادر علي، دار الكتب العلمية، بيروت، ط1،2000م.

أبو العز، علي محمد أحمد، **التجارة الإلكترونية وأحكامها في الفقه الإسلامي**، دار النفائس، الأردن، ط1، 2008 م.

العسقلاني، أحمد بن علي بن حجر بن الشافعي، **فتح البارئ شرح صحيح البخاري**، تحقيق: محب الدين الخطيب، دار المعرفة، بيروت.

عطوي، فوزي، **القانون التجاري**، دار العلوم العربية،ط1، 1986م.

العطير، عبد القادر حسين، **الوسيط في شرح القانون التجاري**، دار الثقافة، عمان،ط2،1999م.

عفيفي، أحمد مصطفى، **الاحتكار و موقف الشريعة الإسلامية منه**، مكتبة وهبة، القاهرة، ط1، 2003م.

علي أصغر، محمد حسين، **أسس التسويق الحديث**، دار الرسالة، بغداد.

العليكي، عزيز، **القانون التجاري**، دار الثقافة، عمان.

العليكي، عزيز، **الوسيط في شرح التشريعات التجارية**، دار الثقافة، عمان، ط1، 2008م.

ابن عمر، يحيى الأندلسي المالكي، **أحكام السوق في الإسلام**، 1975م.

عميرة، شهاب الدين أحمد الرلسي، **حاشية عميرة**، تحقيق: مكتب البحوث و الدراسات، دار الفكر، بيروت،1419هـ.

عناية، غازي، **ضوابط تنظيم الاقتصاد في السوق الإسلامي**، دار النفائس، بيروت، 1992م.

عيد، عادل عبد الفضيل، **البيع بالتقسيط في الاقتصاد الإسلامي**، دار الفكر الجامعي، الاسكندري،ط1، 2008م.

العيني، بدر الدين محمد أحمد، **عمدة القارئ شرح صحيح النجاري**، دار إحياء التراث العربي، بيروت

الغرياني، الصادق عبد الرحمن، **أحكام المعاملات المالية في الفقه الإسلامي**، منشورات الجامعة المفتوحة، طرابلس.

الغريب، **الاحتكار و المنافسة غير المشروعة**، دار النهضة القاهرة، ط1، 2004م.

الغزالي، أبو حامد محمد بن محمد الطوسي، **الوجيز في فقه الشافعي**، دار الكتب العلمية، بيروت.

الغزالي، أبو حامد محمد بن محمد بن محمد الطوسي، **إحياء علوم الدين**، دار المعرفة، بيروت.

الفقى، حامد عبده، **بيع النجش في الشريعة الإسلامية**، دار الجامعة الجديدة، 2003م.

الفقى، محمد اليد، **القانون التجاري**، دار الجامعة الجديد، الإسكندرية، 2008م.

الفيروز آبادي، أبو إسحاق إبراهيم بن علي الشيرازي، **التنبيه في الفقه الشافعي**، تحقيق: عماد الدين حيدر، عالم الكتب، بيروت، ط1، 1402هـ.

الفيروز آبادي، محمد بن يعقوب، **القاموس المحيط**، مؤسسة الرسالة، بيروت.

القاري، علي بن سلطان بن محمد، **مرقاة المفاتيح شرح مشكاة المصابيح**، تحقيق: جمال عيتاني، دار الكتب العلمية، بيروت، ط1،1422هـ.

قاسم، يوسف، **التعامل التجاري في ميزان الشريعة**، 1992م.

ابن قاضي شهبة، أبو بكر بن أحمد بن محمد(ت:851هـ)، **طبقات الشافعية**، تحقيق: الحافظ عبد الحليم خان، دار الكتب العلمية، بيروت،ط1، 1407هـ.

ابن قدامة، أبو محمد عبد الله بن أحمد المقدسي، **المغني في فقه الإمام أحمد بن حنبل الشيباني**، دار الفكر، بيروت، ط1، 1405هـ.

القرطبي، أبو عبد الله محمد بن أحمد الأنصاري، **الجامع لأحكام القرآن**، دار الشعب، القاهرة.

القرني، عبد الحفيظ فرغلي علي، **آداب السوق في الإسلام**، دار الصحوة القاهرة، ط1، 1987م.

القضاة، سالم و آخرون، **مبادئ القانون التجاري**، دار صفاء، عمان، ط1، 2000م.

القضاة، مصطفى مفلح، **إصلاح المال**، در الوفاء، المنصورة،ط1، 1990م.

القنوجي، أبو الطيب بن حسن بن علي بن حسن البخاري، **الروضة الندية شرح الدرر البهية**، بيروت،ط2، 1988م.

قوقازي، نجاتي محمد الياس، **بيع المزايدة**، دار النفائس، الأردن، ط1، 2004م.

ابن قيم الجوزية، شمس الدين أبي عبد الله بن محمد بن أبي بكر، **الطرق الحكمية في السياسة الشرعية**، تحقيق: محمد حامد الفقي، مطبعة السنة المحمدية، القاهرة، 1953م.

ابن قيم الجوزية، شمس الدين أبي عبد الله بن محمد بن أبي بكر،**إعلام الموقعين عن رب العالمين**، دار الفكر، بيروت، ط2، 1977م.

الكاساني، علاء الدين، **بدائع الصنائع في ترتيب الشرائع**، دار الكتاب العربي، بيروت، ط2، 1982م.

كالوري، رولاند، و آخرون، **المنافسة العالمية**، ترجمة: عبد الحكيم أحمد الخزامي، دار الفجر،2000م.

ابن كثير، إسماعيل بن عمر الدمشقي، **تفسير ابن كثير(تفسير القرآن العظـيم)**، دار الفكـر، بيروت، 1401 هـ.

كريم، زهير عباس، **مبادئ القانون التجاري**، ط2،1997م.

الكفراوي، عوف محمود، **أصول الاقتصاد الإسلامي**، الانتصار لطباعة الأوفست، ط1، 2000م.

أبو الليل إبراهيم الدسوقي، **البيع بالتقسيط و البيوع الإتمانية الأخرى**، ط1، 1984م.

ابن ماجه، أبو عبد الله بن يزيد القزويني، **سنن ابن ماجه**، تحقيق: محمد فؤاد عبد البـاقي، دار الفكر، بيروت.

مالك، أبو عبد الله بن أنس الأصبحي، **المدونة الكبرى**، دار صادر، بيروت.

مالك، أبو عبد الله بن أنس الأصبحي، **موطأ الإمام مالك**، دار القلم، دمشق، 1413هـ

المرداوي، أبو الحسن علي بن سليمان، **الإنصاف في معرفة الراجح من الخلاف**، تحقيق: محمد حامد الفقى، دار إحياء التراث العربي، بيروت.

الماوردي، علي بن محمد بن حبيب البصري الشافعي، **الحاوي الكبير**، تحقيـق: علـي محمـد معوض، دار الكتب العلمية، بيروت،1419هـ.

الماوردي، علي بن محمد بن حبيب البصري، **الأحكام السلطانية و الولايات الدينيـة**، المكتبـة التوفيقية، مصر.

المبارك، محمد، **آراء ابن تيمية في الدولة و مدى تدخلها في المجال الاقتصادي**، دار الفكـر، بيروت.

المبارك، محمد ، **نظام الإسلام الاقتصادي**، دار الفكر، بيروت، 1972م.

المباركفوري، أبو العلا محمد بن عبد الرحمن بن عبد الرحيم، **تحفة الأحوذي بشـرح جـامع الترمذي**، دار الكتب العلمية، بيروت.

المجيليدي، أحمد سعيد المالكي، **التيسير في أحكام التسعير**، تحقيق: موسى لقبال، الشركة الوطنية، الجزائر، بدون تأريخ

محرز، أحمد بن محمد، **الحق في المنافسة المشروعة في مجالات النشاط الاقتصادي**، 1994م.

محرز، أحمد محمد، **القانون التجاري**، 1998م.

المحفوظ، عبد الله بن الشيخ بن بيه، **توضيح أوجه اختلاف الأقوال في مسائل من معاملات الأموال**، دار ابن حزم، ط 1، 1418هـ.

محمد، علي جمعة، **موسوعة الاقتصاد الإسلامي في المصارف و النقود و الأسواق المالية**، تحرير: رفعت السيد عوضي، دار السلام و المعهد العلمي للفكر الإسلامي، 1981م.

المرسي، أبو الحسن علي بن إسماعيل بن سيده، **المحكم والمحيط الأعظم**، تحقيق: عبد الله هنداوي، دار الكتب العلمية، بيروت، ط1.

المرغيناني، ابو الحسن علي بن أبي بكر الرشداني، **الهداية شرح بداية المبتدي**، المكتبة الإسلامية.

مسلم، ابن الحجاج أبو الحسين القشيري النيسابوري، **صحيح مسلم**، تحقيق: محمد فؤاد عبد الباقي، دار إحياء التراث العربي، بيروت.

المصري، رفيق يونس، **أصول الاقتصاد الإسلامي**، دار القلم، الأردن، ط2، 1413هـ.

المصري، رفيق يونس، **الجامع في أصول الربا**، دار القلم، دمشق.

المصري، رفيق يونس، **المصارف الإسلامية**، ط1، 1995م.

المصري، رفيق يونس، **بيع التقسيط: تحليل فقهي و اقتصادي**، دار القلم، دمشق، ط2، 1987م.

مصطفى إبراهيم و آخرون، **المعجم الوسيط**، تحقيق: مجمع اللغة العربية، دار الدعوة.

المصلح، خالد بن عبد الله، **الجوائز التجارية التسويقية وأحكامها في الفقه الإسلامي**، دار ابن الجوزي، الرياض، ط1، 1420هـ.

مطران، سعيد سعد، **مدخل للفكر الإسلامي في الإسلام**، مؤسسة الرسالة، 1986م.

المطريزي، **المغرب في ترتيب المعرب**، تحقيق: محمود فاخوري، وعبد الحميد مختار، مكتبة أسامة بن زيد – حلب، (ط1979/1م)المطريزي.

المغربي، أبو حنيفة النعمان، **دعائم الإسلام**، مكتبة مدبولي.

ابن مفلح، أبو إسحاق إبراهيم بن محمد بن عبد الله، **النكت و الفوائد السنية**، مكتبة المعارف، الرياض، ط2، 1404هـ.

المقري، أحمد بن محمد بن علي الفيومي، **المصباح المنير في غريب الشرح الكبير للرافعي**، المكتبة العلمية، بيروت.

المناوي، عبد الرؤوف، **فيض القدير بشرح الجامع الصغير**،المكتبة التجارية الكبرى، مصر، ط1، 1356هـ.

المنداوي، محمد عبد الرؤوف، **التعاريف**، تحقيق: محمد رضوان، دار الفكر المعاصر، بيروت، ط1،1410هـ.

منشورات القدس المفتوحة، **القانون التجاري**، ط1،1997م.

منصور، محمد حسين، **أحكام البيع**،2001م.

ابن منظور، أبو الفضل محمد بن مكرم الإفريقي المصري، **لسان العرب**، دار صادر، بيروت، ط1، 1968م.

موسى لقبال، **الحسبة المذهبية في بلاد المغرب العربي**، ط1، 1971م.

النجار، فريد، **المنافسة و الترويج الاقتصادي**، مؤسسة الشباب، الاسكندرية.

نجم، عبود نجم، **أخلاقيات الإدارة و مسؤوليات الاعمال**، ط1، 2006م.

ابن نجيم، زين الدين الحنفي، **البحر الرائق شرح كنز الدقائق**، دار المعرفة، بيروت، ط2.

نظام، وآخرون، **الفتاوي الهندية**، دار الفكر، بيروت، 1411هـ.

النفراوي، أحمد بن غنيم بن سالم المالكي، **الفواكه الدواني على رسالة ابن أبي زيد القيرواني**، دار الفكر، بيروت، 1415هـ.

النمري، أبو عمر يوسف بن عبد الله بن محمد،(ت: 463هـ)، **الكافي في فقه أهل المدينة**، تحقيق: محمد محمد الموريتاني، مكتبة الرياض الحديثة، السعودية، 1400هـ.

النووي، أبو زكريا يحيى بن شرف بن مري، (ت:676هـ)، **تهذيب الأسماء**، تحقيق: مصطفى عبد القادر عطا.

النووي، أبو زكريا يحيى بن شرف بن مري، **تحرير ألفاظ التنبيه**، دار القلم، دمشق،ط1، 1408هـ.

النووي، أبو زكريا يحيى بن شرف بن مري، **روضة الطالبين و عمدة المفتين**، المكتب الإسلامي، بيروت،1405هـ.

النووي، أبو زكريا يحيى بن شرف بن مري، **صحيح مسلم بشرح النووي**، دار إحياء الترلث العربي – بيروت (ط1392/2هـ

النووي، أبو زكريا يحيى بن شرف بن مري، **منهاج الطالبين وعمدة المفتين**، دار المعرفة، بيروت.

النووي، أبو زكريا يحيى بن شرف بن مري،(ت: 676هـ)، **المجموع شرح المهذب**، بلا دار نشر أو سنة نشر.

النووي، **شرح النووي على صحيح مسلم**، دار إحياء التراث العربي، بيروت، ط2، 1392هـ.

هارون، محمد صبري، **أحكام الأسواق المالية**، دار النفائس، الأردن، ط1، 1419هـ.

ابن هشام، عبد الملك بن هشام بن أيوب الحميري، **السيرة النبوية**، تحقيق: طه عبد الرؤوف سعد، ط1، دار الجيل، بيروت، 1411هـ،دار الجيل، بيروت.

الهندي، علاء الدين علي المتقي بن حسام الدين، **كنز العمال في سنن الأقوال والأفعال**، دار الكتب العلمية، بيروت، 1419هـ.

الهيتي، عبد الستار إبراهيم، **السياسة السعرية في المذهب الاقتصادي الإسلامي**، مؤسسة الوراق، الأردن، ط1، 2005م.

الهيثمي، عبد الرزاق رحيم، **المصارف الإسلامية بين النظرية و التطبيق**، دار أسامة، الأردن، ط1، 1998م.

الهيثمي، علي بن أبي بكر (ت:807هـ)، **مجمع الزوائد ومنبع الفوائد**، دار الكتاب العربي، بيروت،ط2، 1967م.

هيكل، عبد العزيز فهمي، **مدخل إلى الاقتصاد الإسلامي**، دار النهضة العربية، بيروت.

وزارة الأوقاف و الشؤون الإسلامية، **الموسوعة الفقهية الكويتية**، دار السلاسل، الكويت، ط2.

وهدان، رضا متولي، **الخداع الإعلاني و أثره في معيار التدليس**، دار الفكر، بيروت، ط1، 2008م.

يونس، علي حسن، **المحل التجاري**، دار الفكر العربي، بيروت.

An-Najah National University
Faculty of Graduate studies

Commercial Competition in Islamic Jurisprudence and its Impact on the Market

By
Amal Ahmed Mahmoud Al-Haj Hasan

Supervised by
Dr. Jamal Al-Kilani

This Thesis is Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree Master of Fundamentals of Islamic Law (Usol Al_Din) Faculty of Graduate Studies، An-Najah National University. Nablus, Palestine.

2012

Commercial Competition in Islamic Jurisprudence
and its Impact on the Market
By
Amal Ahmed Mahmoud Al-Haj Hasan
Supervised by
Dr. Jamal Al-Kilani

Abstract

This study is submitted in partial fulfillment of the requirements for a Master Degree at the Faculty of Graduate Studies at An-Najah National University and consists of four chapters and a conclusion.

In the first chapter, the researcher discussed the concept of legitimate commercial competition, its objectives, its importance along with examples on legitimate commercial competition and its impact on the market. This chapter was divided into four parts in which the researcher explained commercial competition, the opinion of Islamic Law regarding commerce and commercial competition, the objectives of commercial competition, its importance and conditions, in addition to examples on legitimate commercial competition and its impact on the market.

In the second chapter, the researcher addressed the issue of illegitimate commercial competition and its impact on the market in three different parts in which she explained illegitimate competition, illegitimate sources of income, and modern examples of illegitimate competition.

In the third chapter, the researcher talked about the examples of selling approaches that are prohibited by Islam and their impact on the market. This chapter came in six parts and addressed monopoly and its

impact on the market, Talaqi Al-Rukban (a form of selling contract that is made between the owners of the goods and the one who receives them before entering the city; this man would deceive the owners of the goods by not telling them real price of the goods), Bay’ Al-Hader Lil Badi and its impact on the market (which is a form of commercial act whereby the inhabitant of a certain city tries to sell the goods brought into this city by a stranger instead of letting the latter do the selling by himself with the people of this city), Bay’ Al-Najash and its impact on the market (Here a person tries to increase the price of a certain good so that others would not be able to purchase it), selling things to a person that have previously been sold to another and the impact of this on the market, and finally the form of commercial transaction whereby a person would tell another who is about to buy a certain good that he has a better piece of good that he would like to sell to him.

The researcher concluded her study with the major findings and recommendations, in addition to a list of the reference books that she used in her study.